



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA
DOUTORADO EM SOCIOLOGIA**

ANTONIO DANIEL ALVES CARVALHO

**A ESTRUTURA DE CAPITAIS DOS HOTELEIROS E A OCUPAÇÃO
DO LITORAL DE MACEIÓ-AL**

**SÃO CRISTOVÃO-SE
2022**

ANTONIO DANIEL ALVES CARVALHO

**A ESTRUTURA DE CAPITAIS DOS HOTELEIROS E A OCUPAÇÃO
DO LITORAL DE MACEIÓ-AL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em
Sociologia da Universidade Federal de Sergipe para
obtenção do título de doutor em Sociologia.
Orientadora: Prof^a. Dr.^a Marina de Souza Sartore

SÃO CRISTOVÃO-SE
2022

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

C331e Carvalho, Antonio Daniel Alves
A estrutura de capitais dos hoteleiros e a ocupação do litoral de Maceió-AL / Antonio Daniel Alves Carvalho ; orientadora Marina de Souza Sartore. – São Cristóvão, SE, 2022.
171 f. : il.

Tese (doutorado Sociologia) – Universidade Federal de Sergipe, 2022.

1. Sociologia. 2. Hotéis - Maceió (AL). 3. Beira-mar. 4. Hoteleiros - Maceió (AL). 5. Costa – Aspectos econômicos. I. Sartore, Marina de Souza, orient. II. Título.

CDU 316.334.2:640.41(813.5)

ANTONIO DANIEL ALVES CARVALHO

A ESTRUTURA DE CAPITAIS DOS HOTELEIROS E A OCUPAÇÃO DO LITORAL DE
MACEIÓ-AL

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal de Sergipe para obtenção do título de doutor em Sociologia.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr.^a Marina de Souza Sartore

Programa de Pós-Graduação em Sociologia/Universidade Federal de Sergipe
Orientadora e Presidente

Prof. Dr. Marcelo Alário Ennes

Programa de Pós-Graduação em Sociologia/Universidade Federal de Sergipe
Examinador interno

Prof. Dr. Marco Aurélio Dias de Souza

Programa de Pós-Graduação em Sociologia/Universidade Federal de Sergipe
Examinador interno

Prof^ª. Dr.^a Elaine da Silveira Leite

Programa de Pós-Graduação em Sociologia/Universidade Federal de Pelotas
Examinadora externa

Prof. Dr. João Vicente Ribeiro Barroso da Costa Lima

Programa de Pós-Graduação em Sociologia/Universidade Federal de Alagoas
Examinador externo

*Aos sonhadores que creem na educação com
uma alternativa para mudança social.
Ao direito de ensino público e gratuito a todos
e todas.*

AGRADECIMENTOS

Desejo exprimir os meus agradecimentos a todos aqueles que, de alguma forma, permitiram que esta tese se concretizasse.

À minha orientadora Marina Sartore, pelas reflexões, provocações, concessões, sensibilidade para saber lidar com os meus limites, por me guiar nos caminhos trilhados nesta tese, principalmente, por não ter desistido de mim, mesmo quando não tinha força para continuar, gratidão.

Ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Sergipe (UFS) pela oportunidade de aprimorar e construir conhecimento, pela presteza de seus professores, pesquisadores e servidores.

À banca avaliadora pela disponibilidade e dedicação dada na avaliação deste texto.

Aos meus colegas de curso, em especial à Tais Bracher, Ruth Ribeiro e Igor Macedo, pela acolhida, conversas e companheirismo no processo de construção da tese.

Ao meu companheiro, José Alberto Júnior, pelo apoio, parceria, puxões de orelhas necessários, por suportar as distâncias, minhas crises, por acreditar na minha capacidade de desenvolver esse texto e por possibilitar condições harmônicas para a escrita do mesmo.

À Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe (FAPITEC) e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) que proporcionaram o apoio financeiro necessário para minha dedicação à pesquisa.

RESUMO

Esta tese utilizou a perspectiva teórico-metodológica da Sociologia econômica para investigar a estrutura de composição de capitais dos hoteleiros que se apropriam da Orla Marítima de Maceió, local que tem um dos metros quadrado mais caros da cidade, além de ter uma estrutura de lazer disponível para seus frequentadores. O acesso ao mar, ou à vista para o mar, visto como capital simbólico de status, é uma construção social relativamente recente, pois, ainda no século XIX, o litoral era visto como exótico e hostil onde pouco desbravadores ousavam se aventurar. Em Maceió, a ressignificação histórica da ocupação da orla como espaço de lazer levou à ocupação do litoral por casas de veraneio de famílias abastadas, seguida por um processo de urbanização empreendido pelos agentes públicos da cidade, tornando a orla o principal cartão postal da cidade. Esta tese trabalhou com duas hipóteses: (i) a primeira, pressupõe que o processo de transformação e ocupação da orla de Maceió coincide com as transformações da hotelaria na cidade (ii) a segunda, decorrente da primeira, pressupõe que análise da estrutura de capitais do coletivo de hoteleiros poderia revelar a lógica de funcionamento do subcampo da hotelaria, e portanto, a lógica de ocupação do litoral. Dividimos a história da hotelaria em três momentos: momento T1 – de 1950 a 1970 - quando os hotéis ocupavam principalmente o centro da cidade e passavam por um processo de profissionalização; momento T2 – 1970 a 2000 - período de desenvolvimento do setor em Maceió, com a vinda do turismo de massa e uma ocupação acelerada da orla da cidade por hotéis, e o momento T3 – de 2000 a 2019 – a hotelaria se estabelece ocupando a orla marítima de Maceió, dividindo os espaços turísticos em correspondência com as estruturas de capitais dos seus hoteleiros. Ao longo dos anos de desenvolvimento da tese, foram coletados dados dos hotéis e seus proprietários. Foi realizada uma prosopografia com dados biográficos secundários que permitiu a construção do subcampo hoteleiro de Maceió. Utilizando as orientações teóricas e metodológicas da sociologia econômica bourdieusiana, identificamos os capitais econômico, social, cultural, educacional/tecnológico dos hoteleiros. A partir da organização sistemática dos capitais, foi possível identificar uma disputa simbólica entre os hoteleiros *locais* e os *outsiders*, na qual os *locais* ocupam os espaços privilegiados e se envolvem na constituição de políticas públicas voltadas ao turismo, enquanto os *outsiders* ocupam o espaço “de dentro” e não se envolvem nestas políticas públicas. A análise dos capitais demonstrou que é possível associar o momento T1 com a *cit* doméstica, o T2 com a *cit* industrial e o T3 com a *cit* mercantil. Estas *cit*s são as ordens de justificativa que definem a moral e a ética em determinado agrupamento social, de acordo com Boltanski e Thévenot. Por fim, foi também possível identificar que a ocupação do litoral de Maceió é resultado de uma reprodução social de um grupo de famílias que se reconvertem seus capitais para se manter como dominantes na hotelaria maceioense.

Palavras-Chave: Hotelaria de Maceió, Estrutura de Capitais, Ocupação da Orla, Hoteleiros de Maceió

ABSTRACT

This thesis adopts the theoretical-methodological perspective of economic sociology to investigate the structure of capital composition of hoteliers who take ownership of the Seafront area of Maceió, a place that has one of the most expensive square meters in the city, in addition to having a leisure structure available for their patrons. Access to the sea, or sea views, taken as symbolic capital for status, is a relatively recent social construction, since, even in the 19th century, the coast was seen as an exotic and hostile place, where few trailblazers dared to venture. In Maceió, the historical resignification of housing by the waterfront as a leisure space led to the occupation of the coast by the summer houses of wealthy families, followed by an urbanization process undertaken by the city's public agents, making the waterfront the main postcard of the city. This thesis works with two hypotheses: (i) the first one assumes that the process of transformation and occupation of Maceió's waterfront coincides with transformations on the hotel industry in the city (ii) the second, implied by the first, assumes that the analysis of the capital structure of the collective of hoteliers could reveal the operating logic on the hospitality subfield, and therefore, the logic of occupation of the coast. We divided the history of the hotel industry into three moments: moment T1 - from 1950 to 1970 - when hotels mainly occupied the center of the city and underwent a process of professionalization; moment T2 - 1970 to 2000 - a period of development on the sector in Maceió, with the arrival of mass tourism and an the fast-passed occupation of the city's seafront by hotels, and the moment T3 - from 2000 to 2019 - the hotel industry establishes itself occupying the seafront of Maceió, dividing the spaces in correspondence with the capital structures of their hoteliers. Over the years of developing the thesis, data was gathered from hotels and their owners. A prosopography was carried out with secondary biographical data, wich allowed the construction of the hotel subfield of Maceió. Using the theoretical and methodological guidelines of Bourdieusian economic sociology, we identified the economic, social, cultural, educational/technological capital of hoteliers. From the systematic organization of capital, it was possible to identify a symbolic dispute between local hoteliers and outsiders: locals occupy privileged spaces and are involved in the constitution of public policies aimed at tourism, while outsiders occupy the space "of inside" and do not engage in these public policies. The analysis of the capitals showed that it is possible to associate the moment T1 with the domestic world, the T2 with the industrial world and the T3 with the mercantile world. Each of these worlds (*cité*) are the orders of justification that define morality and ethics in a given social grouping, according to Boltanski and Thévenot. Finally, it was also possible to identify that the occupation Maceió's coast is the result of social reproduction performed by a group of families that reconvert their capital to remain dominant in Maceió's hotel industry.

Keywords: Maceió Hospitality, Capital Structure, Orla Cupping, Maceió Hoteliers

RESUMÉ

Cette thèse a utilisé la perspective théorique et méthodologique de la Sociologie économique pour étudier la structure de la composition du capital des hôteliers qui s'approprient le Front de mer de Maceió, un lieu qui possède l'un des mètres carrés les plus chers de la ville, en plus d'avoir une structure de loisirs disponible aux visiteurs. L'accès à la mer, ou la vue sur la mer, perçue comme un capital symbolique du statut, est une construction sociale relativement récente puisque, encore au XIXe siècle, la côte était perçue comme exotique et hostile où peu de pionniers osaient s'aventurer. À Maceió, le changement de la signification historique de l'occupation du front de mer en tant qu'espace de loisirs a conduit à l'occupation de la côte par des résidences d'été de familles aisées, suivie d'un processus d'urbanisation entrepris par les agents publics de la ville, faisant du front de mer la principale carte postale de la ville. Cette thèse a travaillé avec deux hypothèses : (i) la première suppose que le processus de transformation et d'occupation du front de mer de Maceió coïncide avec les transformations de l'industrie hôtelière dans la ville (ii) la seconde, découlant de la première, suppose que l'analyse de la structure du capital du collectif d'hôteliers pourrait révéler la logique de fonctionnement du sous-domaine hôtelier, et donc, la logique d'occupation du littoral. Nous avons divisé l'histoire de l'hôtellerie en trois moments : moment T1 - de 1950 à 1970 - où les hôtels occupaient principalement le centre de la ville et connaissaient un processus de professionnalisation ; moment T2 - 1970 à 2000 - période de développement du secteur à Maceió, avec l'arrivée du tourisme de masse et une occupation accélérée de la côte de la ville par des hôtels, et le moment T3 - de 2000 à 2019 - où l'hôtellerie s'installe en occupant le front de mer de Maceió, divisant les espaces touristiques en correspondance avec les structures du capital de ses hôteliers. Au fil des années de développement de la thèse, des données ont été collectées auprès des hôtels et de leurs propriétaires. Une prosopographie a été réalisée avec des données biographiques secondaires qui ont permis la construction du sous-domaine hôtelier de Maceió. En se basant sur les orientations théoriques et méthodologiques de la sociologie économique bourdieusienne, nous avons identifié les capitaux économique, social, culturel, éducatif/technologique des hôteliers. A partir de l'organisation systématique du capital, il a été possible d'identifier un conflit symbolique entre hôteliers locaux et étrangers, dans lequel les locaux occupent des espaces privilégiés et sont impliqués dans la constitution des politiques publiques visant le tourisme, tandis que les étrangers occupent l'espace « de l'intérieur » et ne s'engagent pas dans ces politiques publiques. L'analyse du capital a montré qu'il est possible d'associer le moment T1 à la cité domestique, le T2 à la cité industrielle et le T3 à la cité marchande. Ces cités sont les ordres de justification qui définissent la morale et l'éthique dans un groupe social donné, selon Boltanski et Thévenot. Enfin, il a également été possible d'identifier que l'occupation de la côte de Maceió est le résultat d'une reproduction sociale d'un groupe de familles qui reconvertissent leur capital pour se maintenir dominantes au sein de l'industrie hôtelière de Maceió.

Mots-clés: Hôtellerie de Maceió, Structure du Capital, Occupation du Front de Mer, Hôteliers de Maceió.

LISTA DE ABREVIATURAS

ABIH	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
ABIH/AL	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Alagoas
APA	Arquivo Público de Alagoas
Ceasa	Central de Abastecimento
CETUR	Conselho Estadual de Turismo
CODEL	Companhia de Desenvolvimento de Alagoas
CONEDS	Conselho Estadual de Desenvolvimento Econômico e Social do Estado de Alagoas
CRB	Clube Regata Brasileiro
DOPS	Departamento de Ordem Política e Social
Ematur	Empresa Alagoana de Turismo
FAMED	Faculdade de Medicina
FGV	Fundação Getúlio Vargas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IHGAL	Instituto Arqueológico e Geográfico Alagoano
MC&VB	Maceió Convention & Visitors Bureau
MME Hotéis	Maceió Mar Empreendimentos
Neafa	Núcleo de Educação Ambiental Francisco de Assis
ONGs	Organizações Não Governamentais
PCB	Partido Comunista Brasileiro
PIB	Produto Interno Bruto
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEDETUR	Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e do Turismo de Alagoas
SEMTEL	Secretaria Municipal de Turismo, Esporte e Lazer de Maceió
SHRBS	Sindicato Empresarial de Hospedagem e Alimentação de Alagoas
SINDHAL	Sindicato Empresarial de Hospedagem e Alimentação de Alagoas
UFAL	Universidade Federal de Alagoas
UFS	Universidade Federal de Sergipe
UH	Unidade Habitacionais

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa dos espaços disponíveis para aluguel em Maceió por meio do Airbnb – 2019.....	15
Figura 2 - Mapa do litoral de Maceió.....	18
Figura 3 – Localização dos hotéis do Momento T1 – 1950 a 1970.....	48
Figura 4 - Avenida da Paz e Praia da Avenida	49
Figura 5 - Jornal Folha da Manhã de 30 de janeiro 1958	50
Figura 6 - Hotel Atlântico.....	53
Figura 7 - Parque Hotel	55
Figura 8 - Hotel Beiriz.....	56
Figura 9- Bela Vista Palace Hotel	60
Figura 10 - Localização dos hotéis de 1970-1979	68
Figura 11 - Hotel Luxor.....	69
Figura 12 – Hotel Beira-Mar	70
Figura 13 - Hotel Jatiúca	71
Figura 14 - Localização dos hotéis inaugurados entre 1980-1989	75
Figura 15 - Hotel Ponta Verde.....	76
Figura 16 - Hotel Enseada	77
Figura 17- Matsubara Hotel.....	78
Figura 18 - Maceió Mar Hotel.....	79
Figura 19 - Mapa dos hotéis no final da década de 1990	83
Figura 20 - Hotel Sol Meliá Maceió.....	84
Figura 21 - Hotel Ibis Pajuçara.....	85
Figura 22 - Village Pratagy Resort.....	87
Figura 23 - Distribuição de hotéis na orla de maceió no momento t3	109
Figura 24 - Salina Maceió All Resort.....	112

LISTA DE QUADRO

Quadro 1 - Textos base da pesquisa	21
Quadro 2 – Momentos analíticos da pesquisa	37
Quadro 3 - As <i>Cités</i>	45
Quadro 4 - Hotéis de Maceió nos anos de 1950 a 1969	51
Quadro 5 - Distribuição de capital no Momento T1	63
Quadro 6 -Presidentes da Ematur (1971-2002).....	67
Quadro 7 - Hotéis de Maceió de 1970-1979.....	72
Quadro 8 - Hotéis abertos entre os anos de 1980 e 1989.....	74
Quadro 9 - Número de hospedes de 1982 a 2000	82
Quadro 10 - Hotéis abertos entre os anos de 1990 e 1997.....	86
Quadro 11 - Distribuição de capital no Momento T2 - Década 1970.....	95
Quadro 12 - Distribuição de capital no Momento T2 - Década 1980.....	99
Quadro 13 - Distribuição de capital no Momento T2 – Década 1990	101
Quadro 14 - Desembarques de passageiros no Aeroporto Zumbi dos Palmares 2000 a 2019.....	103
Quadro 15- Quantidade de Hotéis e U.H. de 2007 a 2020	104
Quadro 16 - Hotéis de 2000 a 2019.....	106
Quadro 17 - Hoteleiros e Empresas que em sociedade.....	116
Quadro 18 - Distribuição de capital no Momento T3 – 2000 a 2019	118

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1 A construção do problema.....	14
2. O desenho da tese	16
3. O redesenho metodológico e suas limitações	24
3.1 Uma reflexão sobre a busca por dados bibliográficos	26
CAPÍTULO 1 – ARCABOUÇO TEÓRICO-METODOLÓGICO: SITUANDO A ABORDAGEM ANALÍTICA DOS MOMENTOS T1, T2 E T3	30
1. A sociologia econômica: um prisma analítico.....	30
1.1 Campo e Capital: uso teórico-metodológico para construção campo hoteleiro em Maceió	32
1.2 Trajetórias e habitus: o uso da prosopografia como instrumento de pesquisa	38
1.3 A economia da grandeza: limites e usos na pesquisa.	40
1.4 Axiomas da economia da grandeza	41
1.5 As gramáticas da economia da grandeza (EG).....	42
CAPÍTULO 2 – MOMENTO T1: DAS HOSPEDARIAS AOS PRIMEIROS HOTÉIS DE MACEIÓ: A PROFISSIONALIZAÇÃO DA HOTELARIA EM MACEIÓ, PERÍODO DE 1950 A 1970.....	47
2.1 Momento T1: Os empresários que profissionalizaram a hotelaria de Maceió (1950 – 1970).....	51
2.2 O campo da hotelaria de Maceió no Momento T1	58
2.3 O campo da hotelaria de Maceió – Momento T1	60
CAPÍTULO 3 – MOMENTO T2: O DESENVOLVIMENTO DA HOTELARIA EM MACEIÓ (1970-2000)	65
3.1 A década de 70: A emergência da turistificação de Maceió.....	66
3.2 A década perdida não aconteceu em Maceió: anos 80 e ascensão do turismo na cidade.	73
3.3 A expansão da ocupação da orla marítima de Maceió pelos hotéis e a estagnação da hotelaria em Maceió (1990-2000)	80
3.4 Processo de turistificação, produto turístico e turismo de massa: elementos do campo hoteleiro de Maceió	87
3.5 O campo hoteleiro de Maceió - Momento T2	93

CAPÍTULO IV - MOMENTO T3: A CONSOLIDAÇÃO DA HOTELARIA EM MACEIÓ (2001-2020)	103
3.1 Os anos 2000 e a atualização da estrutura hoteleira da cidade.....	105
3.1.1 Grupo Ritz Hotel	110
3.1.2 Grupo Brisa Hotéis	110
3.1.3 Salinas Maceió Beach Resort – Amarantes Hospitalidades	111
3.1.4 Maceió Mar Empreendimentos Hotéis – MME Hotéis e Hotéis Ponta Verde.....	113
3.1.5 Redes internacionais	114
3.2 O campo hoteleiro de Maceió - Momento T3	115
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	120
REFERÊNCIAS	124
ANEXOS.....	132
ANEXO 1- Número de desembarque em Maceió de 2000 a 2019 –	132
ANEXO 2 - Decretos do Governo do Estado de Alagoas de enfrentamento da Covid-19	134
ANEXO 3 - Questionário	136
ANEXO 4 - Informações solicitadas a órgão públicos vinculado ao turismo (questionamentos e respostas)	141
ANEXO 5 - Referências Geográficas de Maceió.....	143
ANEXO 6 - Dados da Pesquisa.....	145
ANEXO 7 - Lei 3.148, de 14 de Maio de 1971	168
ANEXO 8 - Lei nº 4.021, de 26 de março de 1991	170

INTRODUÇÃO

1 A construção do problema

A minha trajetória acadêmica sempre foi direcionada para a análise do mundo econômico: desde o meu trabalho de conclusão de curso sobre os comerciantes da Central de Abastecimento (Ceasa) de Tianguá-CE, considerando suas atividades para além do espaço de negociação, demonstrando o entrelaçamento das relações comerciais e pessoais (CARVALHO, 2011); passando pela minha dissertação de mestrado, aprovada na Universidade Federal de Alagoas (UFAL) sobre as dinâmicas de funcionamento do comércio justo no Brasil, evidenciando que as dinâmicas do modelo Brasileiro estavam atreladas a políticas públicas estatais, enquanto as dinâmicas internacionais centravam-se em ações econômicas com o apoio do terceiro setor (CARVALHO, 2015); chegando, por fim, a candidato ao título de doutor na Universidade Federal de Sergipe (UFS), sob orientação da Prof.^a Marina de Souza Sartore, que estava iniciando projetos de pesquisa na área da sociologia econômica do turismo, o que me levou à ideia inicial de estudar os negócios da economia colaborativa. Assim, iniciei o estudo do mercado do turismo em Maceió, focado na crescente presença da plataforma digital de hospedagem *Airbnb*¹, tema do exame de qualificação que realizei no mês de agosto de 2019 (CARVALHO, 2019).

Após o exame de qualificação, em agosto de 2019, me programei para a realização da pesquisa de campo, que incluía planos de entrevistas com *hosts*² do *Airbnb*, pois o foco da tese estava em identificar os processos de apropriação da orla de Maceió por agentes ligados ao *Airbnb*. A ideia era identificar uma nova lógica da apropriação da orla por agentes do mundo da Tecnologia da Informação, via *Airbnb*, que poderiam desafiar a lógica de apropriação dos agentes tradicionais do campo da hospedagem, como os hoteleiros.

Porém, logo no começo de 2020, o Brasil foi acometido pela pandemia do COVID-19, afetando fortemente a pesquisa de campo. Diante da adversidade, decidimos que seria mais prudente explorar a lógica de apropriação da orla pelos hotéis, imaginando que seria mais fácil adquirir dados sobre os hoteleiros de Maceió. A ideia que surgiu foi a de fazer um levantamento do perfil dos hoteleiros, desde o início da hotelaria em Maceió até o ano de 2019, com o intuito

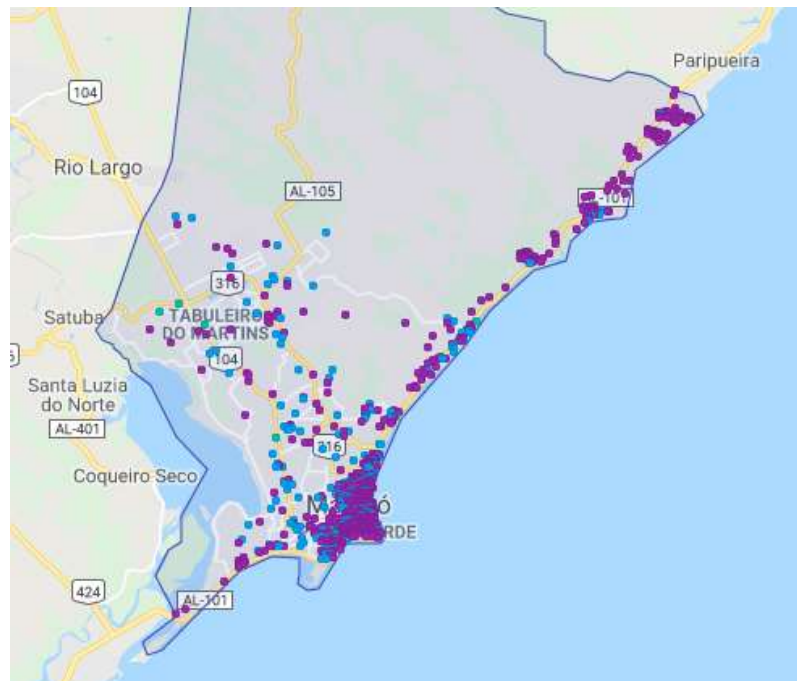
¹ O *Airbnb* é uma plataforma virtual criada em 2008 por dois estudantes de *design*, que ligam anfitriões (*host*) a anunciarem acomodações – seja um espaço completo ou quarto compartilhado – a viajantes que procuram um lugar para se hospedar, formando uma comunidade baseada no compartilhamento.

² *Hosts* são os proprietários de espaços (casas, quartos individuais ou coletivos) que são ofertados por meio do *Airbnb*.

de identificar quem são os agentes da hotelaria de Maceió, e, principalmente, quais deles se voltaram para a “orla”, que é considerada um espaço cada vez mais desejado e disputado: desejado porque trata-se do local na cidade onde o valor médio por metro quadrado é de R\$ 5.300,00 (AGENDA A, 2018), assim como o valor dos aluguéis é mais alto do que em outros bairros da cidade.(CORREIO DOS MUNICÍPIOS, 2020); disputado porque tanto o *Airbnb*, como ilustrado pela Figura 1, quanto os novos hotéis inaugurados estão na orla, já que o turismo de sol e praia é uma das principais fontes de renda do município, representando aproximadamente 15% do Produto Interno Bruto (PIB)(ABIH E SEBRAE, 2019; GAZETA DE ALAGOAS, 2021; PREFEITURA MUNICIPAL DE MACEIÓ, 2016).

O foco na orla tem também como justificativa o diálogo com as pesquisas de minha orientadora, a Prof.^a Dr.^a Marina de Souza Sartore, que vem buscando mapear os agentes que disputam a apropriação comercial da praia, mais particularmente os empreendedores e empresários, que buscam ocupar o espaço de areia que é constitucionalmente de propriedade do Estado. O foco do trabalho da Professora tem sido as disputas entre as formas de comércio na praia e os usos públicos da praia, utilizando as demolições de bares de praia como estudo de caso (CARVALHO E SARTORE, 2021; SARTORE, 2020; SARTORE E COFFEY, 2019; SARTORE, PEREIRA E RODRIGUES, 2019).

Figura 1 - Mapa dos espaços disponíveis para aluguel em Maceió por meio do Airbnb – 2019



Fonte: AirDNA, 2019³

³ Disponível em: < <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/br/alagoas/maceio/overview>>. Acessado em: 15 ago 2019.

Com o foco redirecionado para a hotelaria, reiniciei os estudos em 2020, começando pelo levantamento de estatísticas da hotelaria da cidade, passando pelo levantamento bibliográfico para reconstituir a gênese do turismo e da hotelaria em Maceió (MELO, 2017; RANGEL, 2010; VASCONCELOS, 2005; VERAS FILHO, 1991), chegando ao tema central desta tese que é a de sistematizar a dinâmica da ocupação da orla de Maceió a partir dos hoteleiros da cidade.

2. O desenho da tese

Partimos da história de Maceió que, segundo Craveiro Costa (1981), no começo do século XIX, era uma cidade com comércio ativo e com grande fluxo de negociantes, representantes comerciais e trabalhadores envolvidos com as atividades de transporte de mercadorias, que chegavam pelo porto do Jaraguá e pelos acessos da cidade através das lagoas que a cercam. A ideia de turismo de sol e mar ainda não existia fortemente no Brasil e ainda não havia chegado em Maceió. O fluxo de trabalhadores vindos de fora do estado e do interior contribuiu para o início dos serviços de hospedaria que surgiu no bairro do Jaraguá, mesmo bairro onde era localizado o porto e ao lado do bairro central da cidade. A expansão do porto, o desenvolvimento do comércio e serviços disponíveis na cidade, e um discreto trânsito de turistas (familiares de moradores, viajantes que passavam em direção a Recife ou Salvador, participantes de atividades religiosas e/ou culturais) possibilitaram que Maceió tivesse hospedarias e pousadas, que se instalaram no bairro Centro e no Jaraguá desde meados do século XIX. Porém, nesta tese, consideramos apenas os hotéis abertos a partir de 1950, devido a apresentarem uma ruptura no modelo de hospedaria doméstica existente e a oferecerem um serviço que os configuravam como hotel.

A partir das leituras de trabalhos históricos com foco na hotelaria na cidade, foram identificados três momentos analíticos distintos: (i) O momento T1, na década de 1950, quando a concentração de hotéis era parte do cenário do centro da cidade; (ii) o momento T2, na década de 1970, quando os hoteleiros começam a ocupar a orla da cidade, o que coincide com o momento de ascensão do nordeste enquanto destino de sol e praia (CORIOLANO e ALMEIDA, 2007; PAULA, 2012); e (iii) o momento T3, a partir dos anos 2000, quando a hotelaria é parte do cenário da orla da cidade. A dinâmica da ocupação da orla por hotéis é explorada nesta tese a partir de uma prosopografia (BULST, 2010; MONTEIRO, 2014; VERBOVEN, CARLIER e DUMOLYN, 2007) dos hoteleiros. A hipótese central é a de que uma análise do coletivo de hoteleiros pode revelar as ordens de justificativas (BOLTANSKI, THÉVENOT, 1991) que

incidiram sobre a ocupação da orla marítima de Maceió, que criaram os principais hotéis da cidade, reconhecidos pela história familiar na hotelaria por serem parte do cenário das praias urbanas da cidade e por divulgar o destino turístico Maceió como parte de seu empreendimento. As ordens de justificativas servem como base para orientar as justificativas das ações sociais (BOLTANSKI, THÉVENOT, 1991) e o que “pode ou não pode” em determinado contexto social. Compreender as ordens de justificativa de apropriação da “vista para o mar” implica em compreender as disputas simbólica e tácita pela “vista do mar”, ou seja, na forma como a sociedade entende a “vista para o mar” como um privilégio e quais as justificativas são mobilizadas para que certos grupos tenham acesso a este privilégio. No campo da hotelaria, a localização do empreendimento é um diferencial entre os agentes.

O turismo em Maceió, principalmente o turismo de sol e mar, é considerado uma importante alternativa econômica para a cidade (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDUSTRIAL DE HOTÉIS DE ALAGOAS e SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2019; PEIXOTO, 2008; SILVA, 2013). Desde a década de 1970, investimentos no desenvolvimento do turismo vêm sendo realizados, e um dos seus reflexos foi o aumento de hotéis e o crescente número de passageiros desembarcados na cidade. Segundo a Infraero (2020), no ano de 2019 o Aeroporto Zumbi dos Palmares recebeu 1.052.152 desembarques de passageiros, um crescimento de aproximadamente 340% em relação aos desembarques de passageiros no ano de 2000 (Anexo 1). Maceió é a porta de entrada para a maioria dos visitantes do Estado de Alagoas devido a sua posição geográfica, pela facilidade de transporte para as demais regiões turísticas e por seus atrativos naturais, que dão à cidade os codinomes “Caribe brasileiro” e “paraíso das águas”.

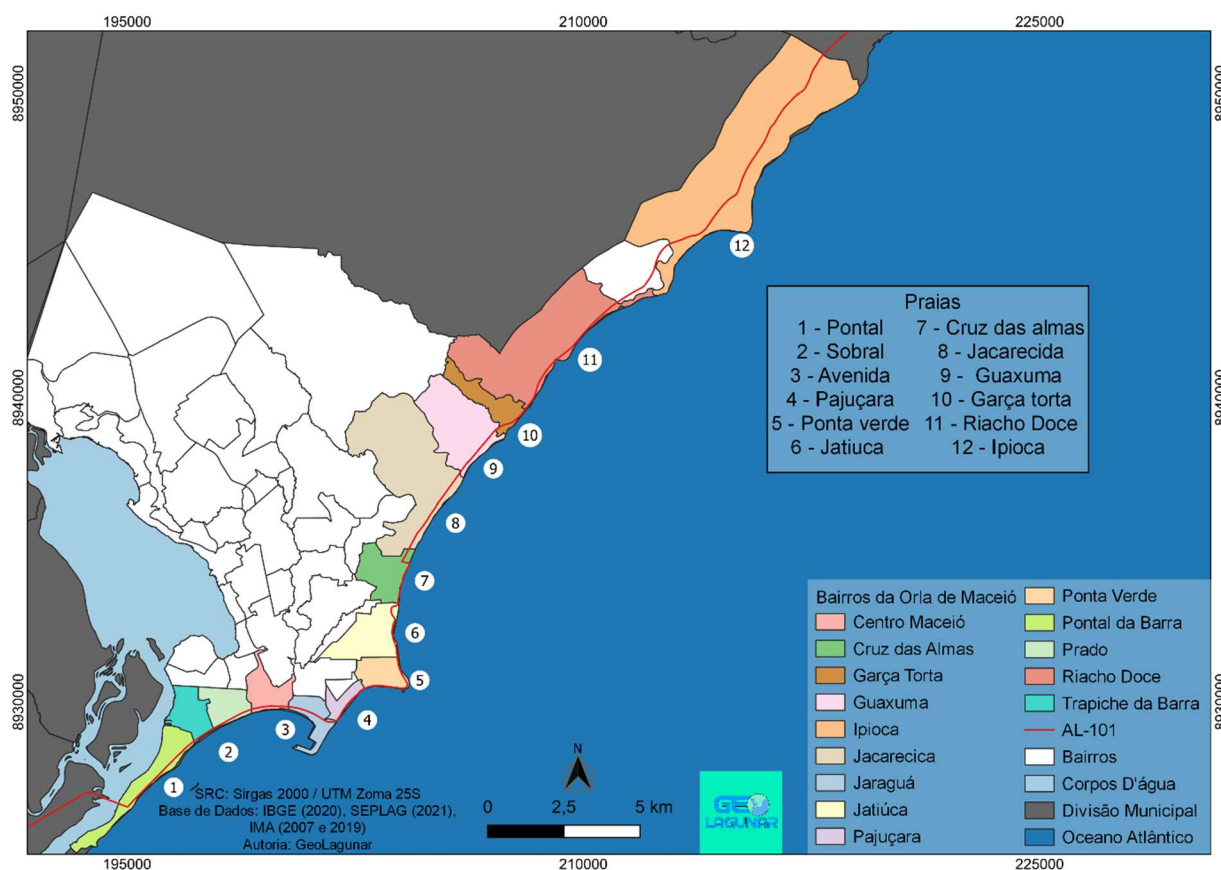
Na década de 80, o produto turístico “Maceió” foi construído por meio da disponibilidade de pacotes turísticos ofertados por agências de viagens nacionais, como a CVC e outras (CAVALCANTE, 2019; MARTINS, 2006). O turismo de massa surgente colocou Maceió na rota turística do Nordeste. O fluxo de investimentos transformou a ocupação da orla da cidade, que passou por uma urbanização que se estendeu até o litoral norte, que até então era espaço de veraneio e passou a ser loteado e ocupado por residências, hotéis, restaurantes, barracas de praias, etc.

A cidade de Maceió tem área territorial de 509 km², uma população de 1.031.597 habitantes⁴ (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2021) e aproximadamente 40 km de orla, sendo dividida em 14 bairros, partindo do sul no bairro do

⁴ População estimada pelo IBGE no ano de 2021.

Pontal da Barra e chegando ao norte no bairro de Ipioca. A região litorânea da cidade tinha, em 2010, uma população total de 152.071 habitantes e somente os bairros turísticos da cidade, (Pajuçara, Ponta Verde, Jatiúca e Cruz das Almas), têm, juntos, 77.848 habitantes, ou seja, abarcam 51% da população que vive na orla de Maceió, com uma densidade demográfica média de 5.951 hab/km² (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2011). Outro dado interessante é que, se considerarmos a população de 1.031.597 habitantes de Maceió e o total de habitantes dos bairros litorâneos, vemos que aproximadamente apenas 15% da população de Maceió vive próxima ao litoral. Assim, os outros 85% ficam de fora e, quando buscam acessar o espaço do litoral, o disputam com outros *outsiders*, os turistas.

Figura 2 - Mapa do litoral de Maceió



Fonte: GeoLagunar, 2021.

Os bairros supracitados têm acesso direto ao mar, infraestrutura para lazer e turismo, (calçadão na orla, barracas, restaurantes, quadras poliesportivas, equipamentos para atividades físicas e espaços para eventos) concentrando, atualmente, a maioria dos empreendimentos de alojamento da cidade. A ocupação do litoral pelos hoteleiros foi aumentando ao longo do tempo. Considerando a ocupação do espaço do litoral por hotéis, é necessário compreender as ordens

de justificativa que orientam a escolha do espaço para a implantação dos empreendimentos. Dos 50 empreendimentos identificados na pesquisa, 43 estão localizados nos bairros que fazem limite com o litoral e destes, 24 são localizados na orla, ou seja, de frente para o mar. Se, hoje, parece óbvio que as capitais litorâneas apresentem um rol de hotéis que possibilita o desfrute do lazer e turismo de sol e praia, muitas vezes de frente para o mar, a história da ocupação da praia nos mostra que não foi sempre assim.

Os usos do mar foram diversos ao longo do tempo. Segundo Corbin (1989), o mar era um local de repulsa até o Século XVIII, quando se tornou um ambiente terapêutico. Em meados do Século XIX, o banho de mar começou a perder o seu caráter terapêutico, tornando-se uma nova opção de lazer e tornando-se viável graças aos empreendimentos e serviços oferecidos na praia, período que surgiu a figura do turista. A consolidação do turismo no litoral ocorreu na segunda metade do Século XIX, pois, até então, era compartilhada apenas pela aristocracia europeia (CORBIN, 1989).

A literatura sobre os usos da praia no Brasil, demonstra que a praia era um espaço próprio de pescadores e nativos que se aventuravam no mar, e era considerada, durante o período colonial, como um lugar exótico e hostil. Como explica Azevedo em sua obra “A praia: espaço de sociabilidade”(1988), o banho salgado e o passeio à beira-mar foram praticados no Brasil desde antes da chegada dos portugueses, e a praia era um espaço de lazer e trabalho para os povos que habitavam a costa brasileira. Com chegada da corte a até então colônia, o banho de mar passou a ser praticado pelas classes abastadas, reproduzindo as práticas europeias.

No período da colonização do país, o espaço do litoral foi destinado preferencialmente a atividade comercial. Em meados do Século XIX, as praias ganharam ares de lazer e contemplação com a chegada da família real portuguesa ao seu exílio em terras tropicais. O uso das praias passou por um “processo de civilizador” quando as classes abastadas passaram a frequentá-las para o lazer seguindo o modelo europeu, enquanto também eram espaços desprivilegiados onde eram lançados os dejetos residenciais, que abrigavam os desabrigados, bêbados e outros (DIEGUES, 1995). A prática de banhos de mar se expandiu no país a partir a capital da província, a cidade do Rio de Janeiro (AZEVEDO, 1988). No início de Século XX, o uso do mar era para o comércio na região dos portos, destinado ao lazer em regiões de veraneio das classes mais abastadas e, no caso das praias urbanas, esse era um espaço de socialização com prática de esportes, espaço de lazer aos fins de semana, local de festividades para as cidades e etc (O’DONNELL, 2013).

O uso da orla em Maceió segue o descrito historicamente, sendo cada uma de suas praias utilizadas de acordo com o processo de desenvolvimento urbano da cidade. Na obra de

Craveiro Costa “*Vade-Mecum* do turista de Alagoas” de 1935 não há menção da praia de Maceió, mesmo a cidade tendo o porto marítimo mais importante do estado naquela época. Raquel Barros (2018) cita que o banho no mar era destinado, na década de 1960, ao relaxamento e aos usos terapêuticos na praia da Pajuçara, onde o espaço era destinado ao veraneio de famílias abastadas da cidade, enquanto a praia da Avenida era o espaço de prática de esportes, paquera entre os jovens e diversão nos fins de semana. Com essa breve apresentação do uso das praias na cidade podemos concluir que o uso das praias de Maceió predomina dois aspectos econômicos: o primigênio comercial no porto do Jaraguá e atualmente os serviços de turismo, aspectos que tonificam a orla como espaço de sociabilidade.

Assim, construímos a hipótese de que a apropriação da orla pelos hoteleiros de Maceió se desenvolve junto com o turismo na cidade, principalmente nos bairros litorâneos mais distantes do Centro, que em sua maioria, passa a ser frequentado como espaço de lazer e turismo, com a expansão da cidade em direção ao litoral norte.

Em pesquisa realizada para identificar os processos históricos da ocupação e uso da orla em Maceió, foi constatado que há poucos estudos sobre o tema. Ao direcionar a pesquisa para questões abordadas por esta tese, ficamos limitados a um debate sobre a urbanização da cidade de Maceió, a construção da estrutura turística e mudanças na gestão dos negócios vinculados ao turismo que são abordados por pesquisadores da área da Geografia, Economia, Arquitetura e Urbanismo (MELO, 2017; RANGEL, 2010; VASCONCELOS, 2005; VASCONCELOS, 2017). O que mais encontrei no âmbito da Sociologia ou da Antropologia foram estudos discutindo políticas públicas destinadas ao turismo (GOMES, 2015) ou temas que tem a praia como espaço de prostituição e de regressões da juventude (SCHLEMPER, 2010; SOUZA, 2015). O quadro 1, a seguir apresenta os estudos que debatem temas como: história da hotelaria em Alagoas, a urbanização da orla de Maceió, questões de gestão e investimentos em hotelaria, turistificação da cidade e que formam a base para a reconstituição da gênese e a coleta de dados para esta pesquisa (BULGARELLI, 2012; COSTA, 1998; MELO, 2017; PEIXOTO, 2008; RANGEL, 2010; VASCONCELOS, 2005, 2017; VERAS FILHO, 1991)

Quadro 1 - Textos base da pesquisa

NOME DO AUTOR(A)	TÍTULO DO TRABALHO	ANO DE PUBLICAÇÃO
Luís Veras Filho	História do turismo em Alagoas	1991
Fernando Bastos Costa	Para onde vai o turismo de Maceió? Uma discussão sob a ótica da sustentabilidade	1998
Daniel Arthur Lisboa de Vasconcelos	Turistificação do espaço e exclusão social: a revitalização do bairro de Jaraguá, Maceió - AL, Brasil	2005
Wellington Spencer Peixoto	Gestão de custos na rede hoteleira em Maceió: construto ou realidade	2008
Marcos G. Rangel	Destinação Turística Maceió: ciclo de vida e perspectivas de crescimento nos próximos anos	2010
Carlos Bulgarelli	História da Hotelaria Alagoana	2012
Daniel Arthur Lisboa de Vasconcelos	Sol, praia e a “destinação” da cidade: compreendendo a turistificação de Maceió – Alagoas - Brasil	2017
Juliana Costa Melo	A emergência da urbanização turística com base na rede hoteleira da cidade de Maceió - Alagoas	2017

Fonte: Elaborado pelo autor.

Diante desse cenário de pouca ênfase da Sociologia para compreender a formação dos mercados no litoral, a realização deste estudo busca trazer primigênio para a orla de Maceió e contribuir para preencher lacunas nos estudos sobre o mercado do turismo, ou seja, busca analisar os usos da orla, e explicar a atual ocupação da orla, considerando sociologicamente as transformações das estruturas de capitais dos hoteleiros e as ordens de justificativa em que os hoteleiros estão inseridos.

Para delimitar o escopo temporal desta tese partimos da dissertação de Rangel (2010) e a tese de Vasconcelos (2017), que fazem uma reflexão sobre como a turistificação contribuiu para a mudança no contexto turístico de Maceió. Melo (2017) mostra como o desenvolvimento dos bairros da orla e os hotéis se relacionam com a urbanização da cidade ao longo dos anos; além destes três trabalhos, foi lido, também, o livro de Bulgarelli (2012) que traz uma descrição positiva da história da hotelaria em Alagoas. Por fim, Veras Filho (1991) traz uma descrição do turismo desde os anos 1960 a 1991. Os dados apresentados nesses materiais possibilitaram identificar que a hotelaria da cidade se transformou no decorrer dos anos, mudando desde a localização geográfica aos modelos de negócios. Nenhum destes trabalhos foca nos hoteleiros e suas histórias de vida, mas são base sobre as principais mudanças enfrentadas pela hotelaria de Maceió. Baseados nos dados apresentados pela literatura supracitada, dividimos a história da hotelaria de Maceió em três momentos (T1, T2 e T3).

O Momento T1 (1950 – 1970) trata da gênese da hotelaria em Maceió. Nessa etapa, é descrita a mudança das hospedarias existentes na cidade até a construção dos primeiros hotéis.

O contexto do Momento T1 tem a predominância dos hotéis localizados no bairro central da cidade, focados em hóspedes locais e/ou que vinham a trabalho ou fazer negócios na cidade. Os hoteleiros desse momento têm baixa escolaridade, desenvolvem atividades comerciais desde jovens e tem a hotelaria como principal fonte de renda. Eles representam uma classe de comerciantes emergentes na cidade, que aproveitam da pujança do Centro de Maceió para implantação de seus negócios e, com isso, ter trânsito em outros espaços sociais. Foi nesse momento que as hospedarias passaram a ter a forma de hotéis.

O Momento T2 (1970 a 2000) trata da implantação de grandes empreendimentos de alojamento na cidade, passando pela construção do produto turístico “Maceió”, por um período de decadência, e depois finalizando em um momento de estabilidade do setor. Em razão do longo período desse momento, ele foi dividido em três partes: (i) 1970 – 1980, quando Maceió recebeu a construção de três grandes hotéis de frente ao mar. Com chegada de investimentos externos para o setor de alojamentos em Alagoas, temos a profissionalização da hotelaria e de seus gestores responsáveis pela divulgação de Maceió para o país; (ii) 1980 – 1990, quando a capital de Alagoas recebeu investimentos na hotelaria, de origem do estado e de fora dele, expandindo-se para o litoral norte da cidade, ocupando os bairros da Pajuçara, Ponta Verde, Jatiúca e Cruz das Almas, bairros que hoje são considerados turísticos. O perfil geral do hoteleiro desse período tem origem no próprio estado, mas já começam a ter formação educacional mais elevada, de nível superior. Sua atividade econômica principal é a hotelaria, mas passam a se organizar enquanto classe, na forma de associações, para criar o *trade* turístico da cidade e fazer negociação com o setor público. No entanto, a década de 1980 é de extremos, pois Maceió, apesar de ter tido uma expansão da atividade hoteleira, finalizou a década com uma grande crise no setor; (iii) 1990 – 2000, período marcado pelo fim das atividades de quase todos os hotéis que estavam no centro da cidade, de reorganização do setor hoteleiro diante de um período de declínio até 1997, e o início da recuperação do setor, após 1997, representada pelo aumento de desembarques no aeroporto da cidade. Os hoteleiros dessa década são os mesmo da década de 1980, porém, em razão das oscilações do setor e o desenvolvimento de política públicas que focam no turismo como setor promissor para economia do país, eles formalizam as associações do setor, passam a participar de forma direta do debate sobre políticas públicas para o turismo e utilizam os créditos financeiros disponíveis para a manutenção e estabilização da hotelaria na cidade, revertendo o cenário de crise econômica dos primeiros anos da década de 1990.

Em suma, o empresário do momento T2 é um indivíduo que opera dentro da lógica da cidade industrial de Boltanski(2020) e com conhecimento do negócio, faz intercâmbio de

conhecimentos com hoteleiros do país e do exterior para obter mais conhecimentos e descobrir possibilidades de negócios, principalmente com as demandas das agências de turismo nacionais. O turismo em massa da década de 70 e a chegada de novas tendências de gestão do turismo advindas do mundo dos negócios, como “produto turístico” e “*trade* turístico” induziram o hoteleiro que já atuava na cidade a converter alguns de seus capitais para se adequar às novas estruturas do campo da hotelaria em Maceió do momento T2.

O momento T3 (2000 – 2019), aborda o contexto de estabilidade e expansão da hotelaria em Maceió. Os hotéis desse momento ocupam mais espaços na orla da cidade, com foco nos bairros turísticos e os hoteleiros desse momento são, geralmente, filhos de hoteleiros ou ainda dividem o gerenciamento dos negócios com o seu genitor. Eles têm formação superior e especialização com foco na gestão de seus negócios, evidenciando a maior profissionalização e maior competitividades entre os hotéis. O que diferencia o momento T2 do T3 é o fato de que a cidade de Maceió recebeu investimentos de redes de hotéis internacionais e nacionais. Em resposta a essa chegada de “*outsiders*”, os empresários dos hotéis em Maceió, repensam o seu modelo de negócio, convertem os seus capitais e passam a trabalhar com rede de hotéis e/ou negócios, criando grupos exclusivamente alagoanos para fazer frente ao investimento estrangeiro.

Os hoteleiros do momento T3 tem uma estrutura de capital econômico diversificado, na forma de um portfólio de investimentos, pois são donos ou participam de empresas que atuam em áreas distintas, mas conectadas ao mundo do turismo, como a construção civil, imobiliárias, agências de turismos e aluguel de carros, e outras empresas afins ao serviço do turismo etc., porém, a hotelaria continua sendo a sua principal atividade econômica. Em oposição a este perfil de hoteleiros alagoanos existem os empresários que trazem à cidade hotéis com bandeiras internacionais e que, normalmente, são mais um segmento em seu portfólio de negócios. No entanto, ambos os hoteleiros, alagoanos e *outsiders* participam das mesmas associações e corroboram para divulgação e manutenção do produto turístico “Maceió”. Entretanto, os empresários alagoanos são os representantes dessas associações, ocupando os cargos de direção, bem como são eles que dominam a ocupação da orla da cidade com seus empreendimentos, tendo a vista defronte ao mar como parte do seu hotel, enquanto os demais ocupam as partes internas dos bairros turísticos.

A partir da organização sistemática dos capitais dos agentes, foi possível identificar uma disputa simbólica entre os hoteleiros locais e os *outsiders*, na qual os locais ocupam os espaços privilegiados e se envolvem na constituição de políticas públicas voltadas ao turismo, enquanto os *outsiders* ocupam o espaço “de dentro” e não se envolvem nestas políticas públicas.

A análise dos capitais demonstrou que é possível associar o momento T1 com a *cit  * doméstica, o T2 com a *cit  * industrial e o T3 com a *cit  * mercantil. Estas *cit  s* são as ordens de justificativa que definem a moral e a   tica em determinado agrupamento social, de acordo com Boltanski e Thévenot (2020). Por fim, foi também possível identificar que a ocupa  o do litoral de Maceió    resultado de uma reprodu  o social de um grupo de famílias que se reconvertem seus capitais para se manter como dominantes na hotelaria maceioense.

3. O redesenho metodológico e suas limita  es

O distanciamento social necessário para a não prolifera  o do COVID-19 fez com que o prefeito de Maceió, na época Rui Palmeira, assinasse o Decreto n   8.846 de 16 de março de 2020, que regulamentava o funcionamento do serviço público da cidade, e o governador do Estado, na época Renan Filho, através do Decreto N   69.577, de 28 de março de 2020 restringiu o funcionamento das atividades econômicas não consideradas essenciais, incluindo os hotéis (Anexo 2). Esse contexto de necessidade de segurança e prote  o individual, assim como do fechamento dos hotéis, direcionou o levantamento de dados da pesquisa para os dados secundários coletados em artigos, disserta  es, teses, base de dados públicas, etc. Em razão da pandemia do COVID-19 e dos prazos para a finaliza  o desta tese, não foi possível realizar visita ao Arquivo Público de Alagoas (APA), ao Instituto Arqueológico e Geográfico Alagoano (IHGAL), que certamente contribuiriam com maiores detalhes sobre a hotelaria nos Momentos T1 e T2. Infelizmente, os documentos disponíveis nestes órgãos não estão digitalizados e disponíveis ao público, bem como não foram realizadas visitas de campo aos hotéis.

Moro em Maceió desde 2013 e, por conta da minha trajetória de vida na cidade, conheci a história de alguns hotéis e de seus proprietários. O turismo tem not  rio desenvolvimento na cidade e    frequentemente pauta de notícias em jornais, telejornais, *sites*, *blogs* e redes sociais locais, que sempre apresentam dados de hotéis e/ou hoteleiros para falar do turismo da cidade, relacionando a hotelaria ao desenvolvimento do turismo na cidade. Viver na cidade nos últimos nove anos possibilitou que visitasse e conhecesse alguns hotéis, e participasse de eventos onde o turismo e hotelaria eram debatidos. No caso de alguns empreendimentos, presenciei a sua constru  o e implanta  o. A vivência do cotidiano da cidade de Maceió permitiu a compreensão das dinâmicas que o turismo e a hotelaria adotam na cidade, identificando que algumas atividades praticadas na orla marítima da cidade estão vinculadas ao setor hoteleiro e suas demandas na constru  o da orla da cidade.

Assim, o redesenho metodológico da tese levou à busca por dados secundários, realizada entre os meses de Julho de 2020 a Agosto de 2021, em documentos disponíveis em formato digital, em hemerotecas disponíveis na internet, a aquisição de material de leitura em alfarrábios que tratassem do turismo e hotelaria em Maceió e a realização de contatos com potenciais entrevistados através de redes sociais (Facebook, Instagram e LinkedIn), o que não logrou efeito, pois muitos querem falar do hotel, porém poucos querem falar dos hoteleiros. Nos meses de março a abril de 2021, foi encaminhado um questionário (Anexo 3) que abrangia questões que buscavam preencher os dados biográficos faltantes dos hoteleiros. O questionário foi enviado para os hoteleiros com base nos endereços eletrônicos disponíveis no cadastro do hotel no CadasTur⁵, porém não obtivemos nenhuma resposta. Foram enviadas também solicitações de acesso à informação⁶ para instituições públicas estaduais e municipais que cuidam do turismo, porém, sem respostas objetivas aos questionamentos feitos (Anexo 4).

Nos primeiros meses de levantamento de dados, a preocupação foi mapear os hotéis que existiam na cidade em cada momento (T1, T2 e T3). Para isso, foram feitas consultas em *sites* de notícias sobre hotelaria⁷, *blogs* sobre a história da cidade, *sites* de jornais locais, jornais recuperados nas hemerotecas, revistas de turismo do período encontradas nos alfarrábios, nos trabalhos acadêmicos e bases de dados do CadasTUR. Para otimizar a análise dos dados e torná-los inteligíveis, foi feita a tabulação dos dados inicialmente com os hotéis, considerando inauguração, fechamento, localização e proprietário. No final, chegamos ao total de 110 hotéis de 1950 a 2019, que ocupavam os bairros com acesso ao mar. O número de empreendimentos e empresários foram recortados para estudarmos aqueles que ocupam a orla da cidade, ou seja, proprietários de hotéis que estão em frente ao mar, com exceção do Momento T1, quando tínhamos apenas um hotel com acesso à praia, pois naquele momento a vista para o mar ainda não havia se tornado um produto turístico da maneira que é hoje. Com a delimitação dos hotéis a serem estudados e a identificação dos proprietários (ou da estrutura de propriedade), o

⁵ O Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (CadasTur), do Ministério do Turismo, é o cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor turístico. É obrigatório para Meios de Hospedagem, Agências de Turismo, Transportadoras Turísticas, Organizadoras de Eventos, Parques Temáticos, Acampamentos Turísticos e Guias de Turismo-MEI (Microempreendedor Individual). Outras atividades podem ser cadastradas em caráter opcional. O cadastro permite ao prestador atuar legalmente, de acordo com a Lei do Turismo, por meio da emissão do Certificado CadasTur, assim como oferece benefícios aos cadastrados (BRASIL, 2021).

⁶ Foram enviadas cinco solicitações para Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo de Alagoas (SEDETUR) e uma solicitação a Secretaria Municipal de Turismo, Esporte e Lazer de Maceió (SEMTEL), as respostas, de ambas as solicitações, foram dadas de forma não objetiva ou não respondidas.

⁷ Os *sites* mais utilizados na pesquisa foram: Revista Turismo & Negócios <https://www.revistaturismoenegocios.com/> (site de Alagoas); Revista Panrotas <https://www.panrotas.com.br/>; Revista Hotels News <https://www.revistahotelnews.com.br/> e HotelierNews <https://www.hoteliernews.com.br/>. Sites de notícias referência no setor de hotelaria.

próximo passo foi compor a análise prosopográfica, levantando a breve biografia de cada empresário. Nessa etapa, consegui fazer quatro entrevistas, citadas como Entrevista 01, feita com um dos hoteleiros da cidade e neto de hoteleiro, Entrevista 02, com a bisneta de hoteleiro do momento T1, Entrevista 03, como neto de hoteleiro do momento T1 e Entrevista 04, com a filha de hoteleiro do momento T2. O acesso a cada um dos entrevistados se deu por meio da mediação de pessoas que eu conheço e me ajudaram a chegar até aos contatos.

A entrevista 01 foi feita via ligação telefônica, em duas conversas de aproximadamente 40 min cada uma, registradas em caderno de campo. Escolhi temas previamente selecionados para guiar a conversa, mas, mesmo assim, durante as entrevistas apareceram assuntos que ajudaram a interpretar os dados coletados e algumas falas que fizeram sentido apenas ao escrever sobre o momento T3, pois o entrevistado é proprietário de uma rede hotel; Na entrevista 02, a bisneta do hoteleiro intermediou as informações com o seu avô e enviou alguns documentos que contribuíram com o contexto da existência do hotel e do proprietário. A conversa foi registrada durante três semanas via WhatsApp, na maior parte do tempo, e ligação telefônica, que foram anotadas no caderno de campo por tópicos abordados; A entrevista 03 foi já a entrevista 04 só foi possível através de postagens no grupo História de Alagoas, na rede social Facebook. Ao ler os comentários sobre um hotel, a usuária se identificava como filha do dono do hotel e mencionava o saudosismo daquele tempo, com esse dado fiz contato com ela via Messenger da rede social e ela aceitou responder algumas perguntas via aplicativo. As mensagens estão salvas em arquivos como pesquisador. As conversas foram sistematizadas por tema e analisados seguindo o critério de conhecer os proprietários e as dinâmicas do tempo deles na hotelaria da cidade.

As entrevistas geraram *insights* sobre o perfil dos empresários e ajudaram a aprimorar a tabulação de dados secundários. Outras fontes de dados biográficos para identificação dos capitais econômico, social, político e cultural foram coletadas em entrevistas publicadas, colunas sociais, informação de diários oficiais, etc., acessados através de uma pesquisa ampla nas redes sociais, buscadores da internet, nos dados da Receita Federal, em revistas temáticas de turismo e hotelaria, etc.

3.1 Uma reflexão sobre a busca por dados bibliográficos

Como mencionado no tópico acima, o foco era identificar quatro tipos de capitais, baseado na estrutura de capitais do campo econômico do Pierre Bourdieu (2005): econômico, social, político e cultural. O capital econômico se refere às principais fontes de rendas, ou seja,

empresas nas quais os hoteleiros atuavam, seja na forma de conquista pessoal, seja na forma de empreendimento herdado dos pais. O capital social se refere às relações sociais dos hoteleiros na cidade de Maceió, ou seja, de quais tipos de associações eles participavam e quais as conexões que dispunham com outros atores sociais da cidade. O capital político considera se eles tiveram passagem por cargos do governo. Por fim, o capital cultural consiste no acesso à educação e outras formas de cultura, como artes, museus e etc. Ao longo da pesquisa, outra forma de capital se mostrou relevante: o capital local, ou seja, o fato de ser nativo de Maceió apareceu como algo relevante na configuração do campo hoteleiro.

O período de coleta de dados dos hoteleiros foi de aproximadamente um ano. Durante esse tempo, cada dado encontrado dava forma ao campo. Partindo de uma historiografia dos hotéis, iniciamos a busca por informações sobre seus proprietários que chamo aqui de hoteleiros. Ao identificar os hoteleiros percebemos que, nas pesquisas realizadas em buscadores digitais, as informações que preenchem a lacuna do capital econômico eram abundantes e de fácil acesso. Em alguns casos a ferramenta de busca apresentava uma lista de empresas que tinham vínculo ao nome do proprietário. Porém, quando se buscava informações pessoais, como data de nascimento, de parentesco, até mesmo formação escolar, essas informações eram escassas e de difícil acesso. Busquei informações pessoais em redes sociais, logrando sucesso somente no caso dos empresários do Momento T3. Outra estratégia foi pesquisar as colunas sociais dos jornais da cidade⁸, onde obtive algumas informações de parentesco, formação, participação dos empresários em associações sociais e até algumas premiações recebidas por eles ainda em vida. Em suma, coletar os dados para construção da prosopografia dos hoteleiros de Maceió permitiu a reflexão sobre quais capitais são os que mais aparecem para a estruturação do campo da hotelaria de Maceió, pois, se por um lado era muito fácil encontrar informações sobre o capital econômico, principalmente as empresas que estes hoteleiros dirigiam ou participaram, por outro, era muito difícil encontrar informações sobre o capital familiar, como por exemplo quem foram os pais destes hoteleiros e quais profissões exerciam.

O acesso a determinados tipos de dado contribuiu para compreensão da lógica do campo estudado, ao menos, para a lógica do campo que aparece no espaço virtual e em documentos *online*. O acesso facilitado a quais empresas o empresário possui ou era sócio,

⁸ Um livro utilizado nessa pesquisa foi o “*Alagoas & People Badalation*” de 1983, organizado pela colunista social Lilian Rose, nele consta a lista de famílias ilustres do estado, constado o nome do responsável pela família, seu cônjuge, seus filhos e filhas, dia e mês de nascimento de todos, endereço, telefone e atividade profissional do patriarca. Como a autora destaca na apresentação da obra o livro tem como meta “levar a sociedade alagoana, um cadastro alagoano, um cadastro seu ...[sendo uma forma]... de enviar convites para negócios, através de mala direta.” (Rose, 1983, p. 13)(Rose, 1983, p. 13) [grifo do autor].

apenas com a busca do seu nome, mostra que o capital econômico tinha destaque se contrastado com outros capitais. Informações sobre a formação escolar estavam, em maior parte, adjetivando o proprietário em notícias ou como informação de redes sociais⁹. As informações sobre a participação do hoteleiro em associações de classes, sindicatos, organizações beneficentes e/ou Organizações Não Governamentais (ONGs) foram encontradas em biografias dos já falecidos, em menções nos *sites* de associações e ONGs, e principalmente em registros da participação do hoteleiro em reuniões representando a instituição. Mesmo com poucos dados vinculando os empresários a grupo sociais, as informações encontradas possibilitaram identificar os atores que tinham maior envolvimento com o turismo e hotelaria na cidade, além de mostrar a rotatividade de pessoas chaves nas representações das organizações de classe, corroborando com a ideia de que o capital social tem um papel relevante no campo, porém inferior ao econômico. Assim, destaco um limite desta tese: como os dados foram, em sua maioria, secundários e reunidos a partir de uma sociologia digital (NASCIMENTO, 2016), a conclusão desta pesquisa será feita com base nos tipos de capitais que mais apareceram a partir do material que é disponibilizado *online*. O que conta a favor desta tese é que, cada vez mais dados estão disponíveis *online*, e a Sociologia precisa enfrentar o desafio de ponderar de que forma os dados adquiridos desta forma são verossímeis com a realidade que buscam analisar e quais os dados que ainda só podem ser adquiridos em pesquisa de campo *in loco*, e o quanto eles são relevantes para explicar a realidade social. No caso desta pesquisa, talvez um maior número de entrevistas pudesse revelar o caráter ativo de algum tipo de capital familiar que não transpareceu na pesquisa em dados secundários na internet. Assim, reitero a cautela em considerar que, os dados aqui apresentados e analisados se referem a dados secundários adquiridos de diversas fontes de dados biográficos disponíveis online.

Esta tese está organizada nos seguintes capítulos para além desta Introdução: o Capítulo I traz o debate teórico-metodológico que alicerça a tese, apresentando a perspectiva da análise dos caminhos teóricos percorridos; os capítulos II, III e IV apresentam os hotéis de Maceió em cada período de tempo que eles abordam, a prosopografia dos hoteleiros que se destacam no momento e uma análise do campo hoteleiro de Maceió do respectivo momento, apresentando os capitais dos agentes e as disputas de campo identificadas na pesquisa e, por

⁹ Exemplo: Márcio Vasconcellos, fundador dos Resorts Salinas, lança autobiografia em livreria do Shopping RioMar < <http://www.joaoalberto.com/2017/08/14/marcio-vasconcellos-fundador-dos-resorts-salinas-lanca-autobiografia-em-livraria-do-shopping-riomar/> >; Perfil de Marcio Coelho em uma rede social < <https://br.linkedin.com/in/marcio-coelho-6173b121> >.

fim, as considerações finais com os resultados da tese e as respostas à questão principal da tese e as hipótese levantadas.

CAPÍTULO 1 – ARCABOUÇO TEÓRICO-METODOLÓGICO: SITUANDO A ABORDAGEM ANALÍTICA DOS MOMENTOS T1, T2 E T3

1. A sociologia econômica: um prisma analítico

Os mercados são espaços destinados às trocas econômicas. A ciência econômica o interpreta por uma perspectiva utilitarista, utilizando modelos teóricos que limitam a sua interpretação a obtenção de lucro e/ou satisfação de uma necessidade. Muitas vezes, excluem ou consideram as relações sociais como aspectos marginais para a compreensão da gênese, funcionamento e transformação dos mercados (BOURDIEU, 2005; GARCIA-PARPET, 2003; POLANYI, 2011).

O mercado como categoria analítica tem sido abandonado conceitualmente pelos economistas, sendo interpretado como um fenômeno dado e construído de forma objetiva pela demanda e oferta. A Sociologia, por outro lado, desde os seus clássicos, tem se preocupado em compreender e interpretar as relações sociais realizadas nos mercados (RAUD-MATTEDI, 2005).

Por exemplo, a perspectiva weberiana do fenômeno está vinculada ao seu método compreensivo pelo qual as justificativas da ação dos agentes sociais dão sentido as trocas realizadas no mercado. Já Polanyi (2011), ao fazer o estudo histórico e sociológico do funcionamento do mercado, apresenta a ideia de que os mercados são enraizados nas relações sociais sendo parte do tecido social. O conjunto de vertentes teóricas do pensamento sociológico que busca explicar os mercados é hoje conhecido como Sociologia Econômica. Smelser e Swedberg (2005) foram pioneiros em lançar o *Handbook of Economic Sociology*, no qual atestam que a Sociologia Econômica se concentra em três linhas de análise, sendo a primeira “a análise sociológica do processo econômico, (2) a análise das conexões e as interações entre a economia e o resto da sociedade, e (3), o estudo de mudanças nos parâmetros institucionais e culturais que constituem contexto social da economia” (SMELSER e SWEDBERG, 2005, p. 7. Tradução livre).

Em suma, a Sociologia Econômica coloca os fenômenos econômicos como parte da sociedade, ou seja, como fruto das interações humanas, ganhando sentido e sendo construídos por estruturas sociais.

Na Sociologia Econômica existem duas vertentes de análise que são referência para na área de estudo: a estadunidense, com as análises de redes, destaco o autor Mark Granovetter e

a francesa, que tem viés culturalista e é representada por Pierre Bourdieu. O primeiro representa a escola da sociologia econômica estadunidense e desenvolveu uma análise sociológica dos mercados a partir do enquadramento das redes sociais. Destacamos o seu estudo sobre a composição da rede social que condiciona o tipo de acesso às informações, que pode ser via laços fortes ou laços fracos, por parte dos agentes do mercado (GRANOVETTER, 1973) e o estudo sobre a imersão do agente na ação econômica (GRANOVETTER, 2007).

A contribuição de Pierre Bourdieu para a sociologia econômica perpassa por sua obra de maneira geral pois o arcabouço analítico de “campo”, “*habitus*”, “tipos de capitais” são usados para explicar os mercados. No entanto, algumas de suas obras, como o seu estudo antropológico sobre a colonização capitalista dos cabilas na Argélia (BOURDIEU, 2007a, 2017), os seus estudos sobre o campo econômico (BOURDIEU, 2005) e sobre o mercado de casas próprias (BOURDIEU, 2006), são considerados clássicos para quem se especializará na área de Sociologia Econômica Bourdieusiana.

Em Bourdieu (2005, 2006, 2007a e 2017) encontramos uma posição analítica que critica o modo como a ciência econômica *mainstream* explica o funcionamento dos mercados, pois, para Bourdieu, toma o mercado como um lugar de crítica, pois se refere à forma como a ciência econômica os construiu como uma categoria que tem uma pretensão dominante de favorecer a ideia de mercado livre, endossando a concepção de privilegiar a razão instrumental como meio de “organizar” o mundo do social (BOURDIEU, 2005).

Desse modo, para Bourdieu (2005) o mercado é lido a partir do que aquele pensamento dominante da ciência econômica fez dele em seu aspecto racionalista, que deixa em segundo plano qualquer aspecto que atinja os planos sociológico, psicológico ou antropológico, em sua ânsia de assumir preeminentemente o mercado como instrumento de gestão da política dos Estados, especialmente daqueles que privilegiam o livre mercado a todo custo, de onde seu controle tem sido exercido a partir das categorias que se tornaram razão econômica.

Esta forma de priorizar as relações sociais, que em termos de mercado livre se reduzem apenas a pressupor relações econômicas, gerou um completo desconhecimento do tecido social que, do lado de outros saberes disciplinares, deve ser considerado para explicar os mercados. Na Sociologia Econômica Bourdieusiana há a preocupação de olhar para as ações das pessoas em seu cotidiano, onde se tecem seus laços familiares e grupais locais. A análise é relacional e o foco está nos agentes e suas instituições que, apesar de parecerem que estão a serviço dos princípios aparentemente científicos das ciências econômicas, fazendo com que a análise dos mercados pareça ser simplesmente uma reprodução da teoria da oferta e da demanda, são, na

verdade, o resultado de disputas coletivas, que ocorrem de maneira relacional, dentro do campo econômico (BOURDIEU, 2005).

Ao direcionar a nossa abordagem para o modelo analítico Bourdieusiano estamos nos posicionado para uma sociologia econômica relacional, modelo utilizado para a análise das prosopografias feitas na pesquisa. Esse método nos permitiu identificar a configuração de um campo econômico (BOURDIEU, 2005), especificamente, de um subcampo econômico, que denominamos de campo da hotelaria de Maceió. A abordagem analítica utilizada foi focada no mercado da hotelaria e sua construção social relacional, com foco nos agentes, suas trajetórias e suas formas de capitais.

1.1 Campo e Capital: uso teórico-metodológico para construção campo hoteleiro em Maceió

Como argumentei acima, o pensamento de Bourdieu tem uma abordagem relacional tanto teórica quanto metodologicamente (BOURDIEU, 2001, 2011, 2019). Segundo Vandenberghe (1999), Bourdieu argumenta que tudo é relacional e que as diferenças entre pessoas, coisas e fenômenos não adquirem seu significado de acordo com suas propriedades intrínsecas, mas em relação umas às outras; o significado só se torna concreto ao confrontar os opostos. Assim, o campo emerge da configuração de posições objetivas e inter-relacionadas em um espaço social e simbólico (BOURDIEU, 2001, 2011; VANDENBERGHE, 1999).

A categoria campo é descrita como um sistema de redes de relações objetivas definidas (BOURDIEU, 2011, p. 10), que é imposto aos seus membros de acordo com sua situação, existência e potencial, dependendo da disposição e da distribuição das diferentes formas de capital, que, dependendo de sua posição no jogo do campo - na estrutura social - buscam benefícios específicos (BOURDIEU, 2019, p. 110–111). O essencial em um campo é a distinção entre posição e lucro que a posição proporciona. Com afirma Bourdieu e Wacquant (1992),

Em termos analíticos, um campo pode ser definido como uma rede, ou configuração, de relações objetivas entre posições. Estas posições são objetivamente definidas, na sua existência e nas determinações que impõem aos seus ocupantes, agentes ou instituições, pela sua situação presente e potencial (*situs*) na estrutura da distribuição das espécies de poder (ou capital) cuja posse comanda o acesso pelos lucros específicos que estão em jogo no campo, bem como por sua relação objetiva

com outras posições (dominação, subordinação, homologia, etc.)(BOURDIEU e WACQUANT, 1992, p. 97, Tradução livre)¹⁰.

Detenhamo-nos na definição de uma posição: ele diz que uma posição é definida por sua localização (*situs*) nas distribuições de diferentes tipos de capital. Portanto, cada posição pode ser descrita pelas quantidades e proporção de tipos de capital: econômico, cultural e social. As informações sobre pessoas e/ou instituições e os capitais à sua disposição devem ser entendidos como indicadores de posição no campo. A análise deve focar nas relações entre as posições, ou seja, as relações entre as diferentes partes das distribuições de diferentes tipos de capital.

A *situs* é a posição ocupada no campo dentro de uma relação hierárquica entre si, conforme o montante de capital necessário para ocupá-la e de lucro que podem gerar. A disposição no campo contribui para a disputa por capital e a definição de uma hierarquia entre as diferentes posições. A disposição dos agentes e/ou grupo no campo pode ser analisada separadamente, ao mesmo tempo em que a disputa entre estabelecidos e os recém-chegados garante uma manutenção das estruturas do campo e a definição dos valores dos capitais naquele espaço social (BOURDIEU, 1996). O espaço social em sua estrutura específica de distribuição das formas de capital também deve ser entendido como um espaço de posições sociais, entre as quais há não apenas uma relação relacional, mas até uma relação mutuamente antagônica. O espaço social é um espaço relacional: pois ocupar uma posição elevada no sistema de distribuição de capital só é possível quando outro agente ocupa uma posição inferior, ou seja o campo é um espaço de luta.

Pierre Bourdieu (1996), em sua obra, distingue diferentes tipos de capital que obtêm seu valor do campo em que são mais procurados. O capital econômico é uma mercadoria importante no campo econômico; no campo cultural, a posse de capital cultural (conhecimentos e habilidades, diplomas, posse de bens culturais) é importante; no campo social, as relações sociais são decisivas. No campo artístico, trata-se sobretudo de capital simbólico (na forma de reconhecimento de nome, reconhecimento de pares, prestígio), que por sua vez depende de como são estabelecidos os seus critérios e de quem está autorizado a fazê-lo.

A concepção de capital de Pierre Bourdieu pode ser interpretada como uma forma de poder associado à ideia de probabilidade de ganhos em um determinado campo, o capital pode

¹⁰ No original: In analytic terms, a field may be defined as a network, or a configuration, of objective relations between positions. These positions are objectively defined, in their existence and in the determinations They impose upon their occupants, agents or institutions, by their presente and potential situation (*situs*) in the structure of the distribution of species of power (or capital) whose possession commands access to the specific profits that are at stake in the field, as well as by their objective relation to other positions (domination, subordination, homology, etc.).

ser objetivado, envolvendo propriedades materiais como posse de bens, ou incorporado, envolvendo bens simbólicos ou culturais, como prestígio, reputação, diploma (BOURDIEU, 2007b). Os diferentes tipos de capital e seus diferentes volumes é o que determina a posição do ator no campo social, sendo até certa medida uma forma de equilibrar as relações de poder.

Em suas obras, Bourdieu distinguiu algumas formas de capital: capital econômico (BOURDIEU, 2005), social e cultural (BOURDIEU, 1986, 2007b) e o capital simbólico (BOURDIEU, 2004). No entanto, é mais apropriado entender as formas de capital não como um conceito, mas como uma categoria que assume sempre formas concretas, dependendo do contexto social e histórico específico. Por exemplo: o campo acadêmico pode reconhecer e valorizar o capital educacional; no campo econômico, o volume de capital econômico é o principal efeito estratificador. Assim, capital pode ser entendido, em geral, como qualquer coisa que tenha um efeito diferenciador no campo social, ou seja, como aquilo que causa uma distribuição desigual de reconhecimento e poder.

Os termos que tratamos até agora formam um todo relativamente coerente dentro da visão sociológica de Pierre Bourdieu. O que temos a acrescentar é que o campo social é um espaço de disputa sobre de quem é a representação legítima da verdade, e os agentes e instituições dependem da posição que ocupam na estrutura do campo para serem dominantes ou dominados nesta disputa. O reconhecimento social, cujo ganho é idêntico ao ganho de poder, é o objetivo final de todas as lutas sociais, simbólicas e abertas, que ocorrem - consciente ou inconscientemente - por todos os agentes sociais, em todos os campos.

O texto “O campo econômico” de Bourdieu (2005) faz uma crítica ao modelo de análise das relações econômicas pela ciências econômicas, que segundo o autor, desconsidera a lógica e prática dos agentes. Para o autor, a ação econômica deve ser interpretada como uma construção social com bases históricas, pois os agentes econômicos não tomam decisões isoladamente, mas em coletivo, ou seja, de forma relacional.

A ação econômica calculista é resultado de uma construção social que se coloca como uma visão dominante do mundo social, antes pautado pelo modelo de trocas domésticas, regido pelas obrigações sociais ou familiares. (BOURDIEU, 2005). Essa transição na dinâmica das trocas econômicas de uma esfera doméstica para a disposição ao cálculo, cujo tipo ideal máximo é a figura do *homo economicus*, permite interpretar o mercado, as ações econômicas e a lógica dos agentes como imersos em um espaço social constituído por um “jogo específico” e com suas próprias regras, definido por Pierre Bourdieu como Campo econômico, que

[...] se distingue dos outros campos pelo fato de que as sanções são especialmente brutais e que as condutas podem se atribuir publicamente como fim a busca aberta da maximização do lucro

material individual. Mas a emergência de um tal universo não implica de modo algum a extensão a todas as esferas da existência da lógica de troca mercantil que, através do *commercialization effect* e do *pricing*, fundamentalmente excluída pela lógica da troca de dádivas, tende a reduzir qualquer coisa ao estado de mercadoria comprável e a destruir todos os valores.(BOURDIEU, 2005, p. 22)

Bourdieu argumenta, portanto, que a máxima “negócios são negócios” e a própria concepção de busca pela maximização do lucro, se tornam a *doxa* que conforme o campo econômico. No entanto, a dinâmica relacional dos agentes no campo econômico fornece outros elementos que não o puramente econômico, pois no “próprio campo econômico, a lógica do mercado nunca conseguiu suplantar completamente os fatores não econômicos [...]”(BOURDIEU, 2005, p. 22), ou seja, “os contratos têm sempre cláusulas não contratuais” (*Ibid.*). Isto quer dizer que, por mais que o campo econômico possua agentes agindo de forma racional dentro da moral calculista criada pelas ciências econômicas, os aspectos sociais não são marginais, como buscam afirmar os economistas, mas, ao contrário, são centrais para a compreensão dos mercados. Assim, não apenas o que está formalizado nos contratos, mas todas as normas morais que não estão nos contratos também explicam o funcionamento das trocas econômicas.

Para desenhar o subcampo econômico da hotelaria de Maceió¹¹, foi considerado um ramo específico da economia do turismo, o mercado de alojamento, focando nos hotéis que ocupam a orla da cidade. O estudo traz os hoteleiros e seus hotéis, que fazem parte do jogo disputado nesse campo. No campo econômico há diversos capitais em disputa: capital financeiro, capital tecnológico, capital comercial e o capital simbólico, porém esses capitais estão vinculados às empresas como agentes do campo. Nesta pesquisa os agentes centrais são os hoteleiros, e foram analisados outros capitais, como o econômico, social, político e educacional, que foram os tipos de capitais que tivemos acesso pelo levantamento de dados *online*.

Tendo como norte o modelo de campo e os tipos de capital, a pesquisa foi realizada seguindo a estratégia de apresentar a construção do campo da hotelaria em Maceió, com a finalidade de compreender o processo de ocupação da orla marítima de Maceió (mesmo que parcial, pois consideramos apenas os hotéis) da orla da cidade de Maceió, entendida aqui como um espaço disputado no âmbito da economia do turismo.

¹¹ Com afirma Bourdieu (2005. P. 24) “O campo econômico é constituído de um conjunto de subcampos, correspondendo ao que se entende geralmente por ‘setores’ ou ‘ramos’”. Assim optamos por denominar o espaço social analisado nessa pesquisa de Subcampo da Hotelaria de Maceió.

No prelúdio da pesquisa foi realizado um levantamento bibliográfico e documental sobre a hotelaria em Maceió. Resultando na listagem dos hotéis¹² e período de funcionamento (inauguração e fechamento), totalizando 110 empreendimentos identificados do período entre 1878 a 2018. Destes 110, 46 estão localizados na orla marítima¹³ da cidade.

Com as informações preliminares foram realizados os recortes do objeto da pesquisa. O primeiro recorte foi o temporal, ou seja, identificamos que o turismo de Maceió passa por etapas. O estudo de Rangel (2010), utilizando o modelo proposto por Butler (1980), divide o ciclo de vida do turismo de Maceió nas seguintes fases: antecedentes turísticos (anterior a 1979); desenvolvimento (1979-1985); consolidação (1986-1988); estagnação (1989-1996) e pós-estagnação (a partir de 1997). Traduzindo a dinâmica do turismo para hotelaria e pela análise dos dados coletados na pesquisa, refizemos a divisão temporal da hotelaria de Maceió em três momentos (T1, T2 e T3). O segundo recorte foi geográfico, quando direcionamos a análise aos hotéis que ocupam a orla da cidade. O terceiro recorte considerou as lógicas de gestão dos empreendimentos que passaram de uma lógica doméstica, destinada a viajante local, passando por uma produção hoteleira em larga escala para atender o turismo de massa emergente nos anos 1980 e, por fim, culminando na lógica de expansão comercial, quando os hotéis passam a ser parte de uma rede de negócios e focam na comercialização do seu produto turístico, sol e mar, como parte do seu empreendimento.

¹² Foram considerados somente os empreendimentos que tinham o nome Hotel em sua razão social, excluímos as pousadas, albergues e similares. A estratégia foi motivada por questão da qualidade da informação que os hotéis apresentavam como documentação confiável, mesmo que escassa, e para recortar a amostra do campo. Já os demais alojamentos há poucos registros históricos confiáveis e, devido à dificuldade de realizar a pesquisa de campo, a decisão foi por focar nos hotéis.

¹³ Maceió é uma cidade que conta com dois modelos de orla, a lagunar e a marítima, como pode ser visto no Anexo 4. A orla lagunar corresponde ao entorno da lagoa Mundaú e a orla marítima é o espaço que fica defronte para o mar.

Quadro 2 – Momentos analíticos da pesquisa¹⁴

MOMENTO	PERÍODO	PALAVRAS-CHAVES	OBSERVAÇÕES
T1	1950 – 1970	Lógica doméstica; Profissionalização;	que tem como elemento comum a profissionalização da hotelaria na cidade, quando os hotéis passam pela transformação da sua dinâmica doméstica para uma profissionalização.
T2	1970 – 2000	Turismo emergente; Turismo de massa; Produto do turístico Maceió; Turistificação (início); Lógica industrial; Ocupação da orla.	Destaca-se pelo desenvolvimento do turismo em massa e, em consequência da hotelaria na cidade, pela construção do produto turístico Maceió e pela inserção do destino no turismo de massa emergente dos anos 1980, e o início da ocupação da orla da cidade pelos hotéis. Passa também pela estruturação do setor hoteleiro por meio de associação e aproximação com entes públicos.
T3	2000 – 2019	Lógica comercial; Turistificação da cidade; Financeirização do setor; Mudança na estrutura gerencial dos hotéis; Ampliação da ocupação da orla.	Destaque para as mudanças nas lógicas de gerenciamento dos hotéis motivados pela chegada de outros agentes ao campo; a apropriação do espaço da orla como produto da cidade e do empreendimento, tendo na dinâmica comercial o destaque nesse período.

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Para a construção do subcampo da hotelaria de Maceió, após o primeiro momento da definição da amostra prosopográfica, ou seja, da definição de quais hotéis seriam objeto do estudo, foi realizada uma pesquisa sobre a história dos empreendimentos. Essa etapa trouxe duas questões a serem resolvidas: (1) Como a história do hotel se relacionava com o turismo na cidade? e (2) Quem seria o agente no subcampo da hotelaria de Maceió, o hoteleiro ou hotel, quanto organização? Para sanar essas dúvidas, foi feito um levantamento da história dos hotéis por meio de pesquisa bibliográfica e em notícia nos jornais locais. A reconstrução da gênese da hotelaria evidenciou que o desenvolvimento dos empreendimentos hoteleiros e o desenvolvimento do turismo se entrecruzam mais proximamente quando começa a construção do “produto turístico Maceió”.

A outra questão era interpretar o hotel como agente do campo estudado. Com base nos dados da pesquisa, foi identificado que o hotel, enquanto agente, estava vinculado a seu

¹⁴ Os recortes temporal e geográfico foram definidos ainda na etapa de coleta de dados, porém só se estabeleceram, como mostra o Quadro 2 (p. 36), após a etapa de análise dos dados coletados, a identificação dos atores e seus capitais, como será demonstrado adiante no texto.

proprietário, sendo esse o agente presente no subcampo da hotelaria de Maceió. O hoteleiro¹⁵ é o responsável pela construção do campo social junto aos seus pares, pois articulam os seus capitais e constroem dinâmicas próprias do subcampo econômico da hotelaria de Maceió, trazendo formas de valorizar capitais de outros campos sociais. Um exemplo disso é a inauguração da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Alagoas (ABIH/AL) em 1977, como instituição de representação da classe dos hoteleiros diante de outros setores da sociedade, marcando a existência do grupo no estado. Essa associação é fruto da profissionalização do setor no hoteleiro e insere o destino Maceió em grupo de empreendimentos que se organizam a favor do desenvolvimento do turismo local.

Em um primeiro momento, no subcampo da Hotelaria de Maceió, os empresários aparentavam uma homogeneidade, pois, a princípio, eles se unem para fazer frente a um campo maior, o campo do turismo no Nordeste, no qual há uma disputa explícita para tornar o destino turístico de Maceió o melhor em relação às demais capitais do nordeste. Porém, quando analisamos o subcampo em suas disputas intrínsecas, elas se diferenciam no decorrer dos períodos estudados. No Momento T1, temos a disputa por uma ideia de hotel moderno entre os primeiros empreendimentos, quando os hoteleiros davam os primeiros passos para uma profissionalização da hotelaria. No Momento T2 temos a luta tácita por uma ocupação da orla com outros agentes, e no Momento T3 a competição está na apropriação da imagem da orla da cidade como produto do hotel local e oposição entre os *outsiders* e os locais. Para compreender essa a dinâmica do agente no campo, suas relações com os demais espaços sociais e as disputas que foram identificadas, foi necessário preparar uma breve biografia dos hoteleiros e identificar os capitais que eles dispunham, através do método prosopográfico, que contribui para a identificação dos capitais, a consequente rede de relações que o hoteleiro dispunha com os demais espaços sociais e como isso permeou o subcampo da hotelaria de Maceió.

1.2 Trajetórias e *habitus*: o uso da prosopografia como instrumento de pesquisa

A prosopografia “é a investigação de características comuns de um grupo de atores na história por meio de um estudo coletivo de vida” (STONE, 2011, p. 115). Seu uso busca investigar um conjunto de questões uniformes do grupo, que são justapostas, combinadas e

¹⁵ O uso do termo hoteleiro se refere aos empresários proprietários de hotéis. A opção de usar o termo é para diferenciar esse agente dos demais empresários de outros setores econômicos da cidade e representa também o reconhecimento social que esses agentes tem no campo econômico, sendo identificado como parte do grupo da hotelaria da cidade.

examinadas em busca de variáveis significativas (STONE, 2011). Diante da definição de Stone (2011), e pautados pelo uso da prosopografia pela sociologia econômica Bourdiesiana, identificamos a prosopografia como o instrumento para realização da pesquisa, pois através da trajetória e história de vida dos hoteleiros seria possível compreender como eles disputam as posições no campo e como ocuparam a orla de Maceió.

Para compreender a lógica de constituição do subcampo da hotelaria de Maceió ao longo do período que pesquisamos (1950 a 2019), identificamos a trajetória dos agentes de maneira objetivada, a partir dos tipos de capitais. Para Bourdieu (2011), os tipos de capitais é a objetivação das relações entre os agentes e das forças do campo, que não estão estáticas, mas sim, sempre em disputa. A ação do agente é composta pelo sentido relacional no campo e toda trajetória de vida (*habitus*) corresponde à maneira de mover-se no espaço. Assim, a prosopografia *à la* Bourdieu pode ser usada em associação com o conceito de agente operando em um campo de força específico (JARDIM e ROSA, 2021). O *habitus* é adquirido a partir de experiências individuais do agente, como a socialização primária através das experiências familiares, e a socialização secundária, através das experiências na escola e demais espaços sociais (BOURDIEU, 2003).

Assim, a partir da busca dos tipos de capitais dos hoteleiros, foi construída a base de dados com as informações coletadas em fontes de dados disponíveis na internet, em artigos, dissertações, teses, base de dados públicas, entrevistas e notícias nas colunas sociais. Os dados foram organizados em uma planilha no *software* Excel a partir dos seguintes grupos de variáveis: Nome do hotel, início da operação, final de operação, endereço, bairro, localização no bairro (orla ou interior), natureza jurídica do empreendimento, proprietário, data de nascimento, gênero, local de nascimento, escolaridade, instituição de formação, filiação (pai e/ou mãe), profissão dos pais, capital econômico (O empresário tem outros negócios? Se sim, quais?), Capital social (participação em associações, clubes e/ou parentesco com políticos ou funcionários públicos); Capital Político (o empresário exerce ou exerceu alguma função pública? Teve cargo político relevante?), disponível no anexo 6.

A grande contribuição da teoria e o método de Bourdieu utilizado para analisar o subcampo da Hotelaria de Maceió é a fabricação do mapeamento dos agentes em cada momento analítico da pesquisa, sendo possível revelar a lógica econômica, mas também social da constituição do mercado hoteleiro de frente para o mar. Ademais, o uso metodológico e teórico de Bourdieu para analisar um objeto de estudo (o mercado da hotelaria) tipicamente explorado pelos turismólogos, geógrafos ou economistas é, possivelmente, o elemento inédito que esta tese apresenta.

1.3 A economia da grandeza: limites e usos na pesquisa.

A sociologia pragmática da crítica tem como “bíblia” original o livro “A justificação: sobre as economias da grandeza” (BOLTANSKI e THÉVENOT, 2020) e é frequentemente associada a uma ruptura com a sociologia crítica bourdieusiana. Na sociologia crítica, o sociólogo está frequentemente comprometido a analisar as relações de dominação entre os atores sociais, que pode ocorrer de maneira tácita ou consciente. Esse olhar “de cima” postula uma dissimetria radical entre o conhecimento do sociólogo e o dos atores imersos nas situações da vida cotidiana. Na sociologia pragmática de Boltanski e Thévenot, a análise das habilidades que os atores mobilizam para justificar suas ações nas disputas da vida cotidiana é muito relevante. Portanto, é ela que modela o senso de justiça, o que implica, entre outras habilidades, saber referir-se a métodos comuns de justiça para estabelecer o valor, ou melhor, a “grandeza” das pessoas (e coisas) envolvidas em disputa (BOLTANSKI, 2009).

Toda disputa surge no momento de incerteza sobre a ordem a ser dada às coisas e pessoas. Para que a ordem seja restituída, há uma comparação entre os antagonistas em um determinado relacionamento, ou seja, há a busca por um princípio de equivalência. São as habilidades cognitivas e morais, juntas, que as pessoas empregam para exercer seu próprio julgamento e coordenar, com uma capacidade de qualificar pessoas em situação de disputa para atribuir uma ordem justificável entre estas e entre as coisas (BOLTANSKI e THÉVENOT, 2020). A justificação se opõe aos modelos teóricos que focam nas relações de poder e/ou relações de interesse, e traz ao debate sociológico as negociações que convergem para um acordo justificável pelos atores. A sociologia pragmática não nega o poder, porém, argumenta que o poder não é algo que se estabelece *a priori* entre os agentes, quando analisados em suas práticas cotidianas. Para compreender as formas de poder, os autores buscam no discurso de pessoas os princípios morais e de justiça.

Na corrente pragmática, os autores retomam uma perspectiva compreensiva weberiana e pluralista de Alfred Schutz, dando ao sociólogo a tarefa de descrição e explicitação das competências cognitivas e reflexivas dos atores sociais (CORRÊA e DIAS, 2016). Assim, classificar, criticar e julgar são operações compartilhadas entre os sociólogos e leigos. É neste momento que, segundo Corrêa e Dias (2016) há a “adoção de uma postura reflexiva sobre o lugar, a prioridade, o momento e *modus operandi* da crítica [...] passagem de uma sociologia crítica para uma sociologia da crítica”. Assim, a perspectiva pragmática contribui para o

deslindamento das dinâmicas da ação dos atores nos momentos em que dividimos a pesquisa, tendo em vista as rupturas e estratégias identificadas na pesquisa.

Para fazer a análise dos momentos da pesquisa na perspectiva pragmática utilizaremos a obra “A Justificação: sobre as economias das grandezas” de Luc Boltanski e Laurent Thévenot (2000), principalmente os modelos de *cité* que os autores apresentam, e que utilizamos para criar um enquadramento analítico para cada período analisado.

1.4 Axiomas da economia da grandeza

A partir da análise das críticas e das justificativas de que os atores sociais dão as suas ações, Boltanski e Thévenot (2020) empreendem uma sociologia das habilidades críticas das pessoas e apresentam padrões (não universalistas) de ações articuladas durante disputas para estabelecer o peso e/ou valor das ações sociais. Os atores sociais criam uma ordem, tornando-a legítima, o que os autores chamam "Grandeza", daí o subtítulo “Sobre economias das grandezas”. Assim, qualificar significa estabelecer uma ordem entre pessoas e/ou coisas, hierarquizar, considerando elementos¹⁶ como: os laços de humanidade e dignidade comuns das pessoas com relação a um princípio de equivalência, a princípio superior comum ligado em particular à categoria de bem comum (BOLTANSKI e THÉVENOT, 2020). Com base nisso, pode-se dizer que essa pessoa e/ou coisa é "grande" e a outra é "pequena" em um contexto relacional. O modelo da economia da grandeza se apresenta como um modelo de sistema de equivalências compartilhado e o fato de terem o mesmo sistema de equivalências é o que demonstra que os atores pertencem a um mundo comum (*cité*).

No estudo da Economia das Grandezas os autores identificaram um léxico, uma *cité*, sendo uma construção metafísica (das grandezas) que reflete a ordem ideal de uma comunidade humana de acordo com o bem comum em questão. As *cités* são modelos de tipos ideais, que os autores reconstroem a partir de alguns textos clássicos da filosofia política ocidental (Quadro 3. P. 44), analisadas como uma gramática compartilhada em torno de um bem comum. Esse modelo objetiva a análise das disputas e justificações através das gramáticas usadas pelos atores e os princípios de equivalência.

O modelo da *cité* foi “construído sobre uma ordem de grandeza, ele suporta diversas construções filosóficas e políticas e orienta o senso comum, os usos práticos de correntes do justo” (*Ibid.*, p. 172). Os autores apresentaram seis axiomas que são estruturas para

¹⁶ Os elementos elencados são utilizados por Boltanski e Thévenot como uma gramática para entender as justificativas das *cités*.

compreender as *cités*. O primeiro, (i) o princípio da *humanidade comum*, que reconhece uma igualdade fundamental para pessoas; (ii) O princípio da *dessemelhança* que mesmo sob certos princípios de equivalência podem ser hierarquizados; (iii) Princípio de *dignidade comum*, segundo a qual todos são reconhecidos pela mesma capacidade de acessar o mais alto grau de grandeza, mas para isso eles têm que sacrificar a grandeza em outras áreas. Da mesma forma, o estado de grandeza deve lucrar não só para si, mas também para os menores (terceiro vínculo) na forma de bem comum; (iv) o princípio da *ordem de grandeza*, a ordem entre os estados é necessária para coordenar as ações e justificar as distribuições expressas em escala de valor dos bens ou benefícios à *cité*; (v) o princípio da *fórmula de investimento*. Nesse modelo, o sacrifício de economia é regulador que suprime a atenção entre humanidade comum e as ordens dos estados, ou seja, qual investimento é realizado para justificação na *cité* e (iv) o princípio do *bem comum* se opõe a satisfação egoísta, que deve ser sacrificada para se atingir um estado de grandeza superior. Ele propõe que os benefícios devem se aproximar de todos os atores da *cité* (*Ibid.*, p. 172–177). Com base nesses enunciados são apresentadas às seis cidades da obra A justificação.

1.5 As gramáticas da economia da grandeza (EG)

O modelo da economia das grandezas que inclui as *cités* nos mundos correspondentes a cada ordem de grandeza sistematiza as estruturas sociais de julgamento. São seis ordens de grandeza: inspirada, doméstico, de opinião, cívica, industrial e mercantil, que possuem princípios de equivalência, ou princípios de bem comum, que legitimam as ações e o que “pode” e o que “não pode” em determinada sociedade.

A *cité* inspirada é assim chamada porque torna possível julgar as pessoas com base em sua originalidade, que manifesta uma criatividade cuja fonte de inspiração é uma graça externa às próprias pessoas e que o leva através da paixão. A obra utilizada para representar esse modelo é a Cidade de Deus de Santo Agostinho. O sacrifício exigido nesta *cité*, cuja inspiração pode servir a outros modelos, é justamente o desapego do mundo.

Na *cité* doméstica, a grandeza das pessoas é dada pela posição que ocupam na hierarquia de laços de dependência pessoal em uma cadeia de atores: as figuras típicas dos grandes na cidade doméstica são, por exemplo, o rei e o pai da família, o servo e a criança. A distribuição das quantidades é de acordo com a idade, posição, *status* familiar. As características

exigidas são confiabilidade e caráter, seu dever é atender às necessidades do pequeno - a relação de confiança no grande é extensão do vínculo de geração ao vínculo político.

De acordo com a *cit  * de opinião, a grandeza de alguém depende da notoriedade, da fama pretendida, medida pelo número de pessoas que a conhecem e reconhecem. As figuras típicas dos grandes são as estrelas e os líderes mais bem sucedidos, por outro lado, pequenos são os conhecidos que não têm acesso ao público em geral. Enquanto os grandes se beneficiam do acordo dado a eles pelos menores, estes últimos podem desfrutar da estima dos grandes. O sacrifício necessário para acessar a grandeza    a renúncia do segredo, ao dar e fazer de si mesmo algo público.

A *cit  * cívica tem um lugar especial dentro da arquitetura das economias de grandezas já que o interesse próprio deve ser sacrificado para servir aos interesses de todos. Há a necessidade de voltar-se para o bem comum compreendido em sentido mais geral. Aqui, o estado de grande    dado àqueles que são mais gerais, no sentido de que falam e agem porque representam o interesse geral (o governante desencarnado). Por outro lado, na cidade cívica, o menor aqui, demonstra mais o interesse, egoísta, particular, como alguém que representa apenas a si mesmo.   timos exemplos na cidade cívica, em que a forma de relacionamento    solidária, são os políticos eleitos, o representante de um coletivo.

A *cit  * industrial coloca quem tem grandes habilidades profissionais, enquanto o pequeno    alguém ineficaz, incapaz de responder a pedidos e integrar na organiza  o. A cidade industrial   , portanto, hierarquizada no desempenho mensurável, sobre a eficácia, por exemplo do especialista que “faz a diferença” graças aos resultados que traz. O sacrifício exigido do grande aqui    o investimento para treinar as habilidades profissionais necessárias para realizar.

Na *cit  * mercantil a magnitude    dada por preço, por exemplo um objeto e, para uma pessoa, pela aquisi  o de riqueza, como uma expressão de poder de compra obtido pelo lucro. Na cidade mercantil, a rela  o aqui    mediada pelas mercadorias. Este vínculo se realiza por meio de um dispositivo de mercado em que os indivíduos, em simpatia, sujeitos aos seus próprios interesses pessoais, entram em competi  o pela apropria  o de bens raros. E então que sua riqueza lhes d      uma grandeza porque    a expressão dos desejos não realizados de outros. O modo de relacionamento    a troca, oportunismo e simpatia. Juntos, são a fórmula de investimento necessário. O grande, que fecha o negócio, vence em competi  o, enquanto o pequeno    “um perdedor”, que não se orienta em fazer o seu próprio interesse, por isso    indesejável, como no caso de um objeto de valor pobre.

Como pode ser observado no modelo EG de Boltanski e Thévenot (2020), a a  o    o protagonista do modelo, sendo ela o objeto de análise crítica e de exterioriza  o da justifica  o.

Assim, podemos compreender a EG como um modelo de situacionismo metodológico, pois contribui na análise de momento e ações específicas, não sendo usada em uma análise de longo prazo.

Com base nas limitações descritas, o modelo da Economias das Grandezas não é utilizado como modelo analítico puro para esta tese por dois motivos. O primeiro é que não foi possível viver cotidianamente via uma etnografia ou uma observação participante a “vida” dos hoteleiros de Maceió. O segundo é a compreensão da ocupação da orla de Maceió pelos hotéis considerando um longo período de tempo e não uma situação momentânea.

No entanto, o uso do modelo de “A justificação” é possível se considerarmos que os momentos (T1, T2 e T3) são períodos de rupturas, disputas e construção de um mercado local de hotelaria. São momentos que refletem mudanças nas justificativas morais que criam equivalências de grandeza. Assim, o subcampo da hotelaria de Maceió foi se metamorfoseando a partir de alguns momentos de rupturas e mudança que por sua vez, alteraram o comportamento e o perfil dos atores sociais que precisaram se adequar às novas condições institucionais e tecnológicas impostas. Cada momento analítico desta tese, T1, T2 e T3 corresponde a uma *cité*.

Quadro 3 - As *Cités*

<i>Cités</i>	Obra filosófica	Guia Contemporâneo	Humanidade comum	Relação elementar	Estado de grandeza	Momentos de prova	Formato da informação relevante	Declínio (pequenez)
Inspirada	Cidade de Deus (Santo Agostinho)	Guia de criatividade, escrito por um consultor	Inquietude da criação, amor, paixão, criatividade	Paixão, inspiração	Graça, indizível e etéreo, insólito, inquietante	Aventuras interiores, buscas e jornadas espirituais e experiências vividas	Emocional, espontâneo	Rotinização, hábitos, volta à “realidade”, reprodução
Doméstica	Política tirada das santas Escrituras (Bossuet)	Guia de boas maneiras	Naturalidade do hábito, caráter, bom senso	Confiança	Posição hierárquica, distinção, respeito e estima pessoal	Cerimônias familiares, celebrações, nomeações	Oral, exemplar, anedota	Indelicadeza, falta de consideração, traição
Opinião	Leviatã (Hobbes)	Guia de relações públicas	Desejo de ser reconhecido, amor-próprio	Reconhecimento, persuasão	Celebridade, renome, visibilidade, fama	Apresentação, coletiva de imprensa, lançamento, grande visibilidade	Semiótico	Banalização, esquecimento, anônimo
Cívica	O Contato social (Rousseau)	Guias sindicais	Aspiração aos direitos cívicos, políticos e de participação	Representação, solidariedade	Representativo, legal, unitário, oficial	Eleições, assembleia, manifestações, causa pública	Formal, oficial	Divisão, isolamento, individualismo
Industrial	Obras de Saint-Simon	Guia de produtividade	Trabalho, energia	Vínculo funcional	Funcional, eficaz, produtivo	Teste, controle, execução, implementação	Mensurável: critérios, estatística	Amadorismo, improdutivo, aleatório, pane
Mercantil	Teoria dos Sentimentos Morais (Adam Smith)	Guia de marketing	Interesse, amor pelas coisas, desejo, egoísmo	Competição, troca, relações de negócios	Desejável, preço, riqueza	Fechamento de negócios, transações e contratos	Monetário	Desvalorização monetária, pobreza, perda de liquidez

Fonte: CORRÊA e DIAS, 2016, p. 76–77

Portanto, o uso dos modelos da Economia das Grandezas será realizado de forma homologa aos comportamentos que se apresentam de forma coletiva sendo as *cités* um fio condutor dos momentos e, também, o plano de fundo deles, onde os hoteleiros agem de forma quase que coordenada para atingir o fim. Dessa forma o uso da teoria de Boltanski e Thévenot é feita por meio de uma identificação de qual *cité* aquele momento se aproxima ou reflete as dinâmicas dos atores.

Assim, a mescla teórico-metodológica feita nesta tese acaba por usar a teoria e o método de Pierre Bourdieu para desenhar o subcampo da hotelaria de Maceió pelo uso da prosopografia, com o intuito de levantar a principal estrutura de distribuição de capitais relevantes para determinado momento do campo. Ao mesmo tempo, esta tese se inspira na sociologia pragmática, uma vez que busca olhar para os momentos de ruptura que condicionarão as mudanças no campo, o que implica, também, em mudanças na estrutura de capitais dos agentes do campo. Temos ciência de que o peso maior foi dado para a sociologia econômica bourdieusiana, pois, para desenvolver a sociologia pragmática, teríamos que ter tido acesso a dados primários, como observação de campo e conversas diretas com os hoteleiros. Assim, a Sociologia Pragmática entra nesta tese pelo modelo analítico das *cités* que nos ajudam a delimitar as mudanças e os momentos que estamos fotografando no subcampo da hotelaria de Maceió.

CAPÍTULO 2 – MOMENTO T1: DAS HOSPEDARIAS AOS PRIMEIROS HOTÉIS DE MACEIÓ: A PROFISSIONALIZAÇÃO DA HOTELARIA EM MACEIÓ, PERÍODO DE 1950 A 1970

A história da cidade de Maceió é marcada pelo comércio de mercadorias e pelas pessoas que transitavam pela cidade. Desde sua criação a cidade registrava crescente comércio de produtos que chegavam e partiam pelo porto do Jaraguá, por suas vias lacustres e pela ferrovia (BARROS, 2018; CRAVEIRO, 1981, 1983). Craveiro (1981) define “a povoação de Maceió já era um grande centro comercial de alguma importância; servindo de empório a uma vasta zona agrícola” (*Ibid.* p. 17), pois pela cidade mercadejavam com o açúcar, o algodão, o fumo, os cereais, as madeiras e os couros, além de outros produtos que vinham do interior do Estado para o litoral.

O desenvolvimento do comércio condicionava Maceió a ser uma das poucas regiões urbanas de Alagoas, o que contrastava com o interior rural, canavieiro e dos engenhos de açúcar. A urbanização da cidade possibilitou o aparecimento de hospedarias desde os Século XIX. Dados encontrados na pesquisas registram que o primeiro hotel de Maceió foi o Hotel do Comércio, que localizava-se no bairro do Jaraguá em 1878 (BULGARELLI, 2012), e o Hotel Salvador, que foi anunciado no Jornal das Alagoas de 03 de março de 1878, nele era ofertado serviço de hospedaria, banho, comedoria e recreação (JORNAL DAS ALAGOAS, 1878). A hospedaria alagoana desenvolveu-se entorno do comércio da cidade. Assim, o princípio da hotelaria deu-se no entorno do porto do Jaraguá e no Centro da cidade.

A origem dos hoteleiros de Maceió no momento T1 é diversa, desde o Hotel Nova Cintra, de propriedade do português José Simons; o Hotel Universal de Aureliano Braz e o Hotel Pimenta, de propriedade de Maria Pimenta, dona de um restaurante de mesmo nome. Esses agentes são identificados como os primeiros hoteleiros da cidade, mesmo sabendo que esses empreendimentos estão, a princípio, ligados aos modelos de hospedarias. Os proprietários vendem esses hotéis e ao passarem para nova gestão há mudança no nome dos hotéis¹⁷, a estrutura é modificada, ampliada em número de quartos e em suas comodidades (BULGARELLI, 2012). Destaca-se aqui o Hotel Bela Vista Palace, que foi construído por Arsênio Fortes, um comerciante bem-sucedido em Maceió, com inúmeras melhorias como gerador a gás, elevador-gaiola e uma arquitetura marcante (HISTÓRIA DE ALAGOAS, 2015a). Esses empreendimentos fazem parte de um momento inicial da história da hotelaria,

¹⁷ Hotel Pimenta passa a ser Hotel Central entre 1918 e 1920; já o Hotel Universal passa a ser o Hotel Petrópolis e posteriormente o Hotel Bela Vista Palace (BULGARELLI, 2012).

que denominei de Momento T0, ou seja, o tempo do início da construção das hospedarias na cidade.

No ano de 1937, Moreno Brandão atendeu a sugestão do então deputado federal e Presidente do Instituto Histórico e Geográfico de Alagoas (IHGAL) Dr. Orlando Araújo (BRANDÃO, 2013), e escreveu um folheto “com o propósito da criação e desenvolvimento do turismo” (*Ibid.* p. s/n. Prefacio) em Alagoas. Nesse material o autor descreve a capital alagoana, Maceió, como:

Esta cidade tem ruas largas, praças espaçosas, casas muito bem construídas e de elegante aspecto. Mantém florescente commercio(sic) com estrangeiro e com a as priciapaes (sic) praças de maior importância do Brasil, pelo porto de Jaraguá. (BRANDÃO, 2013. p. 5-6).

No texto de Brandão (2013), há um destaque à prosperidade da cidade e não há menção às praias de Maceió, que mais tarde passam a ser o cartão de visita da cidade. A menção desse documento é relevante por trazer a importância do comércio como meio de desenvolvimento para cidade e, conseqüentemente, corrobora com uso dado aos hotéis que, desde o início do século XX até os anos 1970, eram visitados por hóspedes que buscavam realizar atividades comerciais, políticas, visitas a familiares ou em datas festivas etc. O turismo na cidade não era registrado, mas o local era visitado por turistas que passavam pela cidade em direção a Recife ou Salvador. O bairro Centro era o mais urbanizado e o coração do comércio da cidade, o que favoreceu a implantação das hospedarias, como é possível ver na Figura 3, que ilustra o espaço de localização destes hotéis nas décadas de 1950 e 1960.

Figura 3 – Localização dos hotéis do Momento T1 – 1950 a 1970



Fonte: GeoLagunar, elaborado com as informações coletadas na pesquisa.

Na década de 1950 o acesso a Maceió era feito em maior número por vias terrestres, por meio de rodovias e pelos trens da companhia *Great Western*, que vinham de Paulo Afonso, na Bahia, cortando todo o Estado até o Porto do Jaraguá. O acesso também era feito por via marítima e por via fluvial, através da travessia dos mares e lagoas. Os hotéis eram localizados nas intermediações do comércio, das instituições financeiras e das repartições públicas da capital, o que facilitava a captação de hóspedes, e davam fácil acesso à praia da Avenida, localizada no centro da cidade.

Nos anos de 1950 até o fim da década de 1960, a capital Alagoana concentrava os empreendimentos hoteleiros no bairro do centro, pois os hóspedes vinham para tratar de negócios, sejam eles comerciais ou políticos. Nesse período, os hotéis eram espaços para encontros sociais de uma elite econômica e política, e alguns deles ofereciam restaurantes abertos ao público, como o Parque Hotel.

Figura 4 - Avenida da Paz e Praia da Avenida



Fonte: CULTURAEVIAGEM, 2014¹⁸

As décadas de 1950 e 1960 foram décadas de emergência para a hotelaria alagoana. Nesse período nenhum novo hotel foi construído, no entanto os hotéis existentes passaram por um processo de “modernização”¹⁹ (BULGARELLI, 2012). Os equipamentos de turismo da

¹⁸ Disponível em: Que saudades da Praia da Avenida, onde começou a relação de amor dos alagoanos com o mar <https://culturaeviagem.wordpress.com/2014/12/06/que-saudades-da-praia-da-avenida-onde-comecou-a-relacao-de-amor-dos-alagoanos-com-o-mar/> >. Acesso em: 25 jul 2020.

¹⁹ A ideia de modernização com a qual trabalho considera as ações descritas por Bugarelli (2012) e os relatos encontrados no blog História de Alagoas, disponível em <<https://www.historiadealagoas.com.br/>> Acesso em 13 de Julho de 2020.

capital estavam vinculados ao processo de urbanização, como estruturação das vias próximas a orla, a Estação Rodoviária e o Aeroporto de Maceió, que na década de 1950, já recebia voos de São Paulo feitos pela Varig (Figura 5).

Figura 5 - Jornal Folha da Manhã de 30 de janeiro 1958



Fonte: FOLHA, 1958

Com a melhoria da infraestrutura da cidade, os empreendimentos de hospedagem também passaram por uma modernização de suas instalações, de seus serviços e das formas de fazer hotelaria. A ideia de modernização é considerada aqui um sinônimo de melhora na estrutura do hotel e consequente melhoria dos serviços pelo aumento de quartos e pela reforma das dependências de uso coletivo. Para ilustrar a ideia de “modernização”, foi relatado na entrevista 2²⁰ que o Parque Hotel ficou moderno quando foi construído um banheiro para cada quarto, pois antes os banheiros eram coletivos e à noite os hóspedes usavam penicos que ficavam guardado na peniqueira.

²⁰ Entrevista 2, realizada com a bisneta do Sr. Euclides Gonçalves, no período de 9 a 23/7/2020. A entrevista foi feita de maneira informal via conversa no aplicativo WhatsApp. Os dados gerais da entrevista estão arquivados com autor desta tese.

Em meu levantamento de dados, encontrei oito hotéis registrados no centro da cidade nos anos de 1950 a 1969, dos quais destaco três que estavam na vanguarda do processo de modernização supramencionado: o Hotel Atlântico, o Parque Hotel e o Hotel Beiriz, além desses, destaco o Hotel Califórnia, aberto em 1960, que também tem o perfil dos outros, porém por não conseguir informações sobre a história de seus proprietários ou do hotel.

Esse estudo parte das informações já disponíveis sobre a hotelaria em Maceió, que já foram abordadas nos trabalhos de Bulgarelli (2012); Melo (2017) e Vasconcelos (2017) através da explanação da história dos hotéis. Contudo, não foram abordadas as pessoas por trás dos empreendimentos que é o foco dessa pesquisa, assim como identificar o perfil dos proprietários dos hotéis bem com as ferramentas e mecanismos usados para atrair os hóspedes para o seu negócio.

2.1 Momento T1: Os empresários que profissionalizaram a hotelaria de Maceió (1950 – 1970)

O foco desta seção está no momento T1, que é considerado o primeiro momento em que há uma mudança na hotelaria de Maceió, pois as antigas hospedarias passam por uma modernização estrutural e de serviço nesse período que percorre as décadas de 1950 e 1960. Durante essas décadas foi identificado que o centro da cidade tinha um total de oito hotéis, desses um ainda está em funcionamento – o Maceió Hotel –, porém três se destacaram naquele momento da história, por apresentarem um modelo de hotelaria moderna, mantendo quartos e móveis padronizados, serviços de recepção e de quarto, banheiros individuais e até ar-condicionado.

QUADRO 4 - Hotéis de Maceió nos anos de 1950 a 1969

Hotel	Inauguração	Fechamento	Bairro	Proprietário	Origem
Hotel Atlântico	1920	Década de 1980	Centro	Manoel Miranda	Alagoas
Bella Vista Palace Hotel	1923	1963	Centro	Abid Abay	Turquia
Parque Hotel	1933	Década de 1990	Centro	Euclides Gonçalves	Pernambuco²¹
Maceió Hotel	1935	Em funcionamento	Centro	Euclides Gonçalves	Pernambuco
Hotel Lopes	1940	Década de 1960	Centro	Lopes Sá	Não há informação

²¹ Segundo entrevista 2, Euclides Gonçalves nasceu em Pernambuco e veio morar em Maceió na adolescência.

Hotel Brasileiro	Luso	1940	Década de 1960	Centro	Manuel Almeida	Portugal
Hotel Beiriz		1958	2003	Centro	Carlos da Silva Nogueira	Alagoas
Hotel California		1960	Sem informações	Centro	Sem informações	Sem informações

Fonte: Bulgarelli (2012); Vasconcelos (2017); Veras Filho (1991) e o Blog História de Alagoas. Elaborado pelo autor.

Nos anos 1950 a 1964, o Hotel Atlântico, que foi fundado em 1920, era de propriedade do Sr. Manoel Miranda. Nele os hóspedes desfrutavam a vista do mar e do Riacho Salgadinho. A história do hotel é marcada pela figura de Jayme Miranda, filho do proprietário do hotel, um dos presos desaparecidos a ditadura militar, o que levou o Hotel a ser diversas vezes invadido pelo Departamento de Ordem Política e Social (DOPS) em busca de material bélico e material de disseminação das ideias do Partido Comunista Brasileiro (PCB) (EDUCATIVA TV, 2017).

O Sr. Manuel Miranda iniciou seu negócio em hotelaria com o Hotel Atlântico no ano de 1951, mas o hotel foi fundado pela família Lavínio Medeiros, que antes administravam o porto do Jaraguá. Era um família pernambucana, abastada, que de posse do casarão incluiria nos seus negócios a hospedaria, já que os Lavínos Medeiros eram donos de navios e exportadores de açúcar, sendo o primeiro hotel de praia da cidade (BULGARELLI, 2012. p. 45).

Segundo entrevista 3, concedida por um dos netos do Sr. Manoel Miranda, o seu avô era filho do pastor João Simplicio Miranda e Ursulina Simplicio Miranda, e antes do hotel ele foi proprietário de dois bares no centro da cidade. Sua família era grande e não teve nenhuma formação acadêmica, porém, era alfabetizado.

Casou-se com a Sra. Hermé Amorim de Miranda, filha de Capital Belo e dono de fazenda, teve dez filhos, e segundo o entrevistado o avô tinha jeito para os negócios, o que não aconteceu com seus filhos. Era membro da maçonaria e tinha boas relações com familiares.

Segundo a entrevista 3²², 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 e possivelmente por seus laços da maçonaria, além do atrativo da estrutura do hotel e de seus quartos luxuosos, pois não era feita divulgação do negócio.

No entanto, o hotel ficou marcado pela ditadura militar, que chegou a fazer busca no local e solicitar a saída de hóspedes do prédio. Esse episódio marcou a família e o hotel, e o apaga da história da hotelaria alagoana, não sendo registrado em alguns levantamentos, mas

²² Entrevista 3 realizada com a neto do Sr. Manoel Miranda, no dia 22/07/2020. A entrevista foi feita via vídeo chamada. Os dados gerais da entrevista estão arquivados no computador do pesquisador desta tese e geraram anotações no caderno de campo.

reaparecendo em relato de 1974 na obra de Veras Filho(1991). Além disso, a rede de amizade da família sofre impactos.

Apesar disso, é importante destacar a relevância do hotel nesse período e a manutenção de sua estrutura clássica, porém com quartos que contavam com banheiros individuais e suas rotinas, como citado pelo entrevistado, como o café da manhã e um café das três e meia, que era organizado pela Sra. Hermé e destinado a senhoras. Um exemplo do desempenho dos negócios foi a ampliação do hotel com um anexo, que hoje é o prédio ocupado pelo museu Théo Brandão, entre os anos de 1951 a 1963 (HISTÓRIA DE ALAGOAS, 2019a). O hotel funcionou até meados da década de 1980, quando a gestão do hotel passou para os filhos do proprietário.

Figura 6 - Hotel Atlântico



*/Fonte: MELO, 2017

Segundo Bulgarelli (2012), o primeiro hotel a se enquadrar em um modelo profissional de hospedagem foi o Parque Hotel, instalado ao Lado da Praça D. Pedro II, da Assembleia Legislativa e de frente a Catedral Metropolitana de Maceió. Em 1957 o hotel passou por uma reforma e padronizou móveis, além da construção de banheiros privativos e melhorias nos quartos do hotel, sendo pioneiro da hotelaria moderna na capital alagoana. Nele se hospedavam os políticos que vinham do interior, ex-governadores do estado, fazendeiros, o Restaurante Parque Hotel era considerado um local de encontro da sociedade maceioense (HISTÓRIA DE ALAGOAS, 2015b, 2019b). O proprietário do Parque Hotel nos anos 50/60 era o senhor Euclides Medeiros Gonçalves, considerado um dos pioneiros na hotelaria alagoana

(BULGARELLI, 2012), pois antes desse empreendimento já havia sido dono de outros três hotéis na mesma região (HISTÓRIA DE ALAGOAS, 2019b).

O fundador do hotel, Euclides Medeiros Gonçalves, teve uma vida dedicada à hotelaria. O seu primeiro empreendimento no ramo foi por volta de 1915 e 1918, quando montou uma hospedaria sem nome e com pouco cômodos (BULGARELLI, 2012). No ano de 1930 ele alugou uma casa grande, em frente à estação ferroviária, e fundou o Hotel Avenida que foi vendido anos depois. Em 1935 ele adquiriu o Maceió Hotel, que funciona até hoje na Rua Dr. Pontes de Miranda. Em 1938, ele deixou o hotel aos cuidados do Sr. Januário e comprou o imóvel que seria o local do Parque Hotel (*Ibid.*). Com passar dos anos ele foi adquirindo imóveis em volta do Parque Hotel e fez a primeira reforma, assim o hotel passa a ter 33 quartos com banheiro coletivo; na segunda reforma, sem data informada, Bulgarelli (2012) diz que foram construídos 21 quartos com banheiros privativos, ou seja, apartamentos tipo unidade hoteleira. Somente em 1952 ele inicia a construção de um prédio de seis andares, com 60 apartamentos do 1º a 6º andar, e no térreo um espaço para recepção, sala de estar e restaurante (*Ibid.*). Ainda segundo o mesmo autor:

É bom deixar bem claro que apesar do respeito, da credibilidade e das amizades políticas, nunca ‘Seu Euclides’ faz qualquer tipo de financiamento ou empréstimo, jamais comprou sequer um prego fiado. Foram oito anos de luta, mas a obra ficou pronta sem um centavo de débito (BULGARELLI, 2012. P. 44)

O respeito ao proprietário do hotel é reforçado na entrevista 1, realizada com a bisneta do Sr. Euclides, quando ela afirma que o hotel de seu bisavô não era espaço de bagunça ou desavenças, pois mesmo que se hospedassem políticos rivais, havia o respeito mútuo.

O Sr. Euclides era filho do português Antonio José Gonçalves, nascido em Pernambuco, veio morar em Maceió ainda na infância e não era alfabetizado, mas desde cedo trabalhava no comércio. Durante sua vida teve três hotéis e um sítio onde criava vacas, casou-se com a Sra. Jasmelina de Barros Gonçalves e tiveram três filhos, que após a morte do pai assumiriam a gestão do hotel. A entrevistada relata que em razão da localização do hotel, ao lado da Assembleia Legislativa do Estado, havia sempre a frequência de políticos hospedados vindos do interior e a presença de políticos da capital que utilizavam o restaurante. Segundo relato, nos corredores do Parque Hotel foram decididas muitas ações da política alagoana. O papel do Sr. Euclides nessas negociações não é explícita, mas a entrevistada acredita que ele participava de alguma forma nas ideias e disseminação de informação entre os políticos, que tinham o hotel como parte de seu local de trabalho.

Durante a entrevista foi relatado que naquele tempo a hotelaria era diferente, não havia um fluxo de turistas na cidade e o hotel hospedava muitos representantes que vinham fazer vendas em Maceió. Os turistas que chegavam até o hotel vinham por alguma indicação na própria cidade, quando chegavam na rodoviária e perguntavam por local de hospedagem e recebiam a indicação do Parque Hotel, ou seja, não havia uma ação para captação de hóspedes.

No ano de 1975 o Sr. Euclides faleceu e a administração do hotel passou para sua filha, a Sra. Jaguaraci Barros Gonçalves, que era fiscal do trabalho e técnica de contabilidade. Ela gerenciou o hotel até meados dos anos 1980 e por fim o Hotel foi gerenciado por Geraldinho Gonçalves, que cuidava do restaurante do hotel e tinha um *buffet* de festa.

Figura 7 - Parque Hotel



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, s/d²³

O terceiro hotel que destaco pela característica de moderno na década de 60 é o Hotel Beiriz, que foi construído no terreno do antigo Hotel Nova Cintra, inaugurado no ano 1958 pelo alagoano Carlos da Silva Nogueira. O hotel recebeu esse nome em homenagem ao seu pai que era português da região de Beiriz. Após a morte do Sr. Carlos o hotel passa a ser administrado por sua Filha Maryza e seu esposo, o médico Ismar Gatto. Os filhos do casal trabalham com hotelaria em Maceió até hoje. Durante o seu funcionamento, principalmente entre os anos de 1960 e 1970, o hotel se destacou na cidade recebendo artistas, times de futebol, empresários e visitantes da cidade.

²³ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=436593>>. Acessado em 04 jul 2020.

Figura 8 - Hotel Beiriz



Fonte: História de Alagoas²⁴

O Hotel Beiriz foi fundado por Carlos da Silva Nogueira²⁵, era filho de João da Silva Nogueira, um português da região de Beiriz e que migrou para Maceió em 1884. Ele teve quatro filhos que o ajudaram a construir uma companhia de comércio bem-sucedida. Entre os filhos, destaque Carlos da Silva Nogueira, que se formou no Curso Geral da Academia de Ciências Comerciais de Alagoas e era conhecido como contador²⁶. Após a morte do pai, em 1935, os quatro irmãos assumiram em forma de sociedade os negócios do pai, que incluía uma empresa de exportadores e importadores de Estivas em Geral, armazéns e imóveis (HISTÓRIA DE ALAGOAS, 2020).

Os irmãos Nogueira foram acumulando bens e aumentando os negócios da família, e por volta de 1962 encerraram a sociedade comercial, dividindo o patrimônio que contava com fabricas de tecidos, fazendas, negócios agropecuários, imóveis, terrenos e franquia, segundo o entrevistado. Para Carlos da Silva Nogueira, ficaram imóveis, terrenos e a franquia da cervejaria Teutonia (que depois passaria a ser a Brahma). Segundo o entrevistado, o Hotel Beiriz foi o primeiro empreendimento no ramo da hotelaria de seu avô, e não fazia parte da sociedade dos irmãos nogueira. A descrição dada pelo neto é que Carlos da Silva Nogueira era um empreendedor que desde cedo tinha “tino para negócios”, adorava viajar e contar as histórias

²⁴ História de Alagoas. História da Rua do Sol de Maceió. Disponível em: < <https://www.historiadealagoas.com.br/historia-da-rua-do-sol-de-maceio.html> >. Acessado em: 20 jul. 2020. Prédio reformado na década de 1970 e abrigou a Perícia Oficial do Estado de Alagoas.

²⁵ Descende de portugueses da região de Beiriz em Portugal. Carlos Nogueira nasceu no ano de 1900 e faleceu no ano de 1975.

²⁶ Dados adquiridos na entrevista 1, realizada em 08/07/2020. Por telefone e anotada no caderno de campo.

das viagens. Era considerado pelo entrevistado um homem simples, pois não costumava ostentar a riqueza e buscava qualidade de vida. Durante sua vida, morou maior parte do tempo em Maceió, onde manteve os seus negócios e criou sua família. Ele era membro da Associação Comercial de Maceió e da Irmandade da Santa Casa de Misericórdia de Maceió e fundador da antiga Liga Alagoana contra a Tuberculose (HISTÓRIA DE ALAGOAS, 2015), porém não teve participação direta na política local, não sendo candidato nem assumindo cargo público. Já durante a década de 1960, Carlos Nogueira fazia investimentos na Bolsa de Valores, o que levou a morar no Rio de Janeiro, local em que faleceria em 1975.

Durante os anos 1958 a 1975 o Hotel Beiriz foi administrado e gerenciado pelo Sr. Bernadino que era o “braço direito” de Carlos Nogueira no Hotel, segundo o entrevistado 1, que lembra também que Hotel Beiriz já na década de 1960 tinha aparelhos de ar-condicionado.

Após a morte do fundador do hotel, esse passou a ser gerenciado pelo seu genro, o médico Ismar Gatto, que comprou as partes dos outros herdeiros²⁷ e assim o hotel passou a ser administrado pela família Nogueira Gatto. Segundo dados da entrevista 1, Ismar Gatto, não era um empresário, ele tinha o perfil de professoral, era pesquisador, era metódico, e ele o descreve como um acadêmico. De fato, Dr. Ismar Gatto foi professor de medicina da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), e dono de um laboratório de análise clínicas (sua primeira experiência empresarial).

O paulista Ismar Gatto chegou a Maceió junto com o seu pai, o desembarcador Osorio Calheiros Gatto, que também foi presidente do Instituto Histórico Geográfico de Alagoas (IHGAL) (INSTITUTO HISTÓRICO E GEOGRÁFICO DE ALAGOAS, [s.d.]). Dr. Ismar esteve envolvido nas atividades da sociedade, pois foi membro efetivo da Academia Alagoana de Medicina, membro emérito da Academia Alagoana de Letras, do Instituto Histórico e Geográfico de Alagoas (IHGAL) e da Sociedade Brasileira de Médicos Escritores, fundou o Núcleo de Educação Ambiental Francisco de Assis (Neafa), foi um dos Fundadores da Faculdade de Medicina da UFAL (FAMED) e ajudou a fundar os cursos de artes da UFAL (UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS, 2018).

O seu papel político era na área de gestão, pois foi presidente do Conselho Estadual de Cultura por duas gestões, e da Sociedade de Cultura Artística, além de diretor da Juventude Musical Brasileira do estado de Alagoas (*Ibid.*) e Presidente da Empresa Alagoana de Turismo (EMATUR). Ainda de acordo com o entrevistado 1, ele era muito perseverante nas suas

²⁷ Após a morte do Sr. Carlos Nogueira, sua herança foi dividida entre os herdeiros, quatro filhos, no caso do Hotel Beiriz, o entrevistado 1 diz que no início dos anos 80 o Sr. Ismar Gatto comprou as partes dos outros três herdeiros, sendo ele o único proprietário do hotel.

atividades, pois mesmo com a urbanização dos bairros da Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca, para onde o turismo e hotéis de Maceió se expandiram nas décadas posteriores, ele desejava tornar o Beiriz o melhor hotel de Maceió.

Durante sua gestão do Hotel Beiriz, o Dr. Gatto contou com a ajuda dos filhos na administração do hotel, tornando aquela empresa em uma empresa familiar. Segundo o entrevistado 1, durante os 20 anos que ele gerenciou o hotel junto com o pai, ele aprendeu bastante, o que possibilitou que na década de 1980 ele abrisse uma pousada só sua no Bairro da Ponta Verde e depois o Hotel Praia Bonita em 1988. Dessa forma, o Hotel Beiriz é o início da história de uma família na hotelaria, desde seu fundador Carlos Nogueira até seus netos, hoje proprietários da rede Brisa Hotéis em Maceió.

2.2 O campo da hotelaria de Maceió no Momento T1

O período abordado no Momento T1 registra a profissionalização da hotelaria na cidade de Maceió. Nesse momento, os empreendimentos tinham como características: 1 – Os hotéis eram um negócio familiar, não eram vinculados a grupos hoteleiros, e em sua maioria era gerenciado por familiares, sua propriedade era passada de pai para filho; 2 - As famílias, donas destes hotéis, eram marcadas por históricos de propriedade de outros negócios no comércio da cidade, seja na hotelaria ou outras áreas; e, 3 - A forma de captação de hóspedes seguia a lógica do “esperar o hóspede chegar”, baseando-se na política de comunicação do boca-a-boca.

Bulgarelli (2012) traz uma entrevista com o Sr. Manduca Cavalcanti Melo (Ex-presidente da Ematur) que diz:

[...] entendemos que a ‘era profissional’ da hotelaria começou a dar seus primeiros passos com o Parque Hotel que já procurava montar uma estrutura profissional na atividade; depois Carlos Nogueira, explorava o belo Hotel Beiriz, que funcionava num lindo casarão à Rua do Sol, e que posteriormente foi reformado por Ismar Gatto, seu genro, e uma das figuras que mais lutou pelo desenvolvimento cultural da cidade, com quem tive o prazer de trabalhar. O Beiriz passou juntamente com o Parque Hotel a serem as referências hoteleiras da cidade, porém ainda funcionavam como ‘hotéis de viajantes’, **sem um trabalho organizado de captação de novos hóspedes, utilizando somente a política de ‘esperar os hóspedes chegarem’**. No entanto, não podemos deixar de reconhecer a visão destes empresários citados, mesmo os menores, que numa época conturbada da economia já dotavam Maceió de alguma estrutura hoteleira. (BULGARELLI, 2012. p. 153)[Destaque dado pelo autor]

O destaque dado na entrevista remete a não organização dos empreendimentos para a captação de hóspedes, prática que é adotada por hotéis atualmente. Porém, o Parque Hotel sempre que possível saía na mídia do estado, através de anúncios ou matérias, como uma de

11/03/1933 no Jornal de Alagoas, que apresenta o hotel e seus serviços. Além disso, temos o registro de outra matéria, quando o Hotel passa para gestão da filha do Sr. Euclides. Ainda sobre esse período, Veras Filho (1991) escreve que os “parcos hotéis [naquele momento] tinha dificuldades até para hospedar os viajantes-comerciais, principalmente porque muito deles, carregados de vasto mostruário, eram obrigados a locar dois cômodos” (*Ibid.* p. 43). Com esses dois argumentos foi identificado que a hotelaria da cidade foca na ideia de visibilidade local, pois ser reconhecido na cidade e no Estado era uma das estratégias do Parque Hotel quando notícias eram vinculadas ao empreendimento, e a fala de Veras Filho (1991) evidencia que o setor hoteleiro não tinha o turismo de lazer como público-alvo dos negócios.

A modernização dos hotéis parece ser apenas estrutural pois, de acordo com as entrevistas realizadas naquela época, não era necessário procurar hóspedes, eles vinham até o hotel. O primeiro depoimento nesse sentido foi na entrevista 1, quando o neto do Sr. Carlos Gonçalves relata que não havia divulgação do hotel, “eles tinham muitos hóspedes que vinham por indicação dos funcionários do Estado e pela localização do hotel, ao lado dos bancos.” (Entrevista 1). O proprietário do hotel e sua família tinham outros negócios e um alto capital social, o que contribuiu para que a indicação do hotel fosse realizada nas suas redes.

No caso do Parque Hotel, a entrevistada afirma que tinha uma clientela fiel e que comerciantes e políticos sempre utilizavam os serviços do hotel, deixando, em alguns casos, meses com reservas prontas. Por ser divulgado na mídia local e pelo histórico do seu proprietário, ela diz que muitos viajantes que chegavam na cidade recebiam a indicação do hotel de seu bisavô, e isso pode ser observado até nas outras entrevistas realizadas, quando os entrevistados sempre lembravam do Parque Hotel como referência na hotelaria local.

No caso do Hotel Atlântico, a entrevistada 3 diz que não havia propaganda do hotel e que os hóspedes, que eram um público diverso, eram atraídos pela proximidade do hotel com a praia e pela arquitetura do prédio.

Na pesquisa realizada não foi encontrado nenhum anúncio ou divulgação dos hotéis de Maceió no acervo digital da Folha²⁸, catálogo do IBGE²⁹ e na Hemeroteca da Biblioteca Nacional Digital³⁰, o que nos leva a deduzir que os hotéis de Maceió não divulgavam seus serviços por não terem foco no turista, e eram procurados por uma demanda espontânea por hospedagem.

²⁸ Disponível em: < <https://acervo.folha.com.br/index.do>>.

²⁹ Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística (IBGE), disponível em: < <https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo.html>>.

³⁰ Disponível em: < <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

2.3 O campo da hotelaria de Maceió – Momento T1

Os proprietários dos hotéis do Centro da cidade de Maceió nos anos 1950 a 1969 eram em sua maioria brasileiros que investiam em negócios na cidade. A exceção são um turco, o Sr. Abid Abay, que comprou o Bella Vista Palace Hotel, construído por um alagoano e com uma história de funcionamento conturbada³¹, no entanto, de uma beleza ímpar e era o centro dos bailes da cidade nos anos 30 e 40. Os outros estrangeiros eram portugueses, proprietários do Hotel Luso Brasileiro, que funcionou por aproximadamente 20 anos.

Figura 9- Bela Vista Palace Hotel



Fonte: História de Alagoas³²

Na pesquisa realizada foi observado que os proprietários dos hotéis destacados tinham características em comum, eles possuíam capitais distintos, identificados nas entrevistas. Esses capitais eram articulados e acessados para constituição dos hotéis e de seus empreendimentos.

³¹ Ver mais sobre a história do Bella Vista Palace Hotel no *blog* História de Alagoas < <https://www.historiadealagoas.com.br/hotel-bella-vista.html> >.

³² História de Alagoas. O majestoso Hotel Bella Vista. Disponível em: < <https://www.historiadealagoas.com.br/hotel-bella-vista.html> >. Acessado em: 04 jul. 2020.

Eles eram pessoas com elevado capital econômico e alto capital social (participavam de associações culturais, de profissionais).

Os Sr. Manoel Miranda, dono do Hotel Atlântico, da família Miranda, foi marcado pelo vínculo com seu filho, Jayme Miranda com PCB, que foi preso e hoje é um dos desaparecidos da ditadura militar. A família Miranda ficou marcada com a estigma de comunistas sendo que, comprovadamente, apenas Jayme e um irmão eram comunistas. Isso levou o Hotel Atlântico a ser invadido algumas vezes pelo Departamento de Ordem Política e Social (DOPS) em busca de material bélico e de divulgação do comunismo (EDUCATIVA TV, 2017). No entanto, isso também tornou o hotel referência para alguns artistas que visitavam Maceió. Durante os anos de 1950, o hotel era um dos mais formosos e procurados da cidade por sua história e localização.

No relato da entrevista 3, o Sr. Manoel Miranda era um homem de fino trato com os seus iguais e tinha uma grande rede de contatos entre familiares e membros da maçonaria, participava de festas frequentemente. O entrevistado atribui o desempenho do hotel às relações pessoais dos familiares, que indicavam o hotel como meio de hospedagem na cidade.

Já o pernambucano Euclides Medeiros Gonçalves é o pioneiro da hotelaria alagoana, considerado o primeiro profissional da hotelaria do estado (BULGARELLI, 2012), pois antes do Parque Hotel, ele foi proprietário do Hotel Avenida e do Hotel Maceió, e era conhecido pelo seu espírito empreendedor e por atender a necessidades dos seus hóspedes (HISTÓRIA DE ALAGOAS, 2019b). Naquele período, a localização do Parque Hotel era privilegiada pois ficava ao lado da Assembleia Legislativa de Alagoas, em frente a Catedral Metropolitana de Maceió, e ao lado do centro comercial da cidade.

Destaco que mesmo não tendo assumido nenhum cargo ou função política, o Sr. Euclides tinha um capital social, com destaque para sua inserção entre os deputados do estado, pois o seu hotel era tido como anexo da Assembleia Legislativa do Estado e, para muitos, foi durante as conversas no hotel que atividades políticas foram planejadas, articuladas e definidas, como relatado por Gonçalves (2010)³³. Outro fator importante sobre a família do Sr. Euclides é que os seus três filhos assumiram cargos públicos, Geraldo Barros Gonçalves foi funcionário do Banco do Brasil; Jaguarassu Barros Gonçalves serviu ao exército e Jaguaraci Barros Gonçalves foi fiscal do trabalho do Ministério do Trabalho. Os cargos do banco e público foram adquiridos nos moldes que as instituições funcionavam nos anos de 1940, sem a seleção por meio de concurso público, sendo a indicação política um meio de acessar os cargos do serviço

³³ Obra autobiográfica de Geraldinho Gonçalves, neto do Sr. Euclides e um dos pioneiros no ramo *buffet* e organização de festas em Maceió

público. Interpretado aqui como uma forma de articulação do proprietário do hotel com os políticos da época.

Já o empresário Carlos da Silva Nogueira transitava no meio empresarial e político do estado sendo parte de alta sociedade de Maceió. O Hotel Beiriz era parte de uma série de negócios que ele mantinha na cidade. A diversificação de seus negócios para a hotelaria foi o que possibilitou a inserção da família Nogueira Gatto no ramo hoteleiro em Maceió. O destaque dado ao empresário é do capital econômico, pois por ser proprietário de muitos imóveis no estado de Alagoas, da franquía da cerveja Teutonia e de sua família ter outros negócios na cidade, o hotel veio como forma de adicionar a esse capital, pois poderia conseguir hóspedes através de seus contatos comerciais.

Com base nos perfis dos proprietários, seus capitais, hotéis, e considerando dados da pesquisa, identificou-se que o campo hoteleiro de Maceió no Momento T1 é um espaço predominantemente masculino. Dominado por homens que tinham na hotelaria um negócio de manutenção das suas finanças e de sua família, com exceção de Carlos Nogueira, que tinha outros empreendimentos e a hotelaria não correspondia a sua principal atividade econômica, pois ele era detentor de grande capital econômico (cervejaria, sócio de indústrias, proprietário de terras na cidade, representações comerciais entre outros) e esse capital o distinguia dos demais agentes do campo, por possibilitar acesso a bens e créditos que não estavam disponíveis para hotelaria de Maceió no momento T1. Porém, os dois outros agentes tinham no hotel o principal meio de renda, sendo reconhecidos como hoteleiros. No caso desses, o principal ativo no campo é o capital social, pois participavam de associações e transitavam em espaços onde sua profissão os representavam. Dessa forma, o capital social de Euclides Gonçalves e Manoel Miranda balanceavam a disputa realizada no campo no Momento T1.

A disputa pela representação de hotel moderno e profissional é identificada no Momento T1 em razão da transformação da estrutura e de serviços dos hotéis que foi realizada no período, marcando uma ruptura com o modelo de hospedaria anterior a ela. O estoque de capital que cada um dos agentes tem influência na forma com que a representação do hotel se dá no campo. No caso de Carlos Nogueira, o Hotel Beiriz, ganha estrutura moderna e ar-condicionado nos quartos; Euclides Gonçalves oferece quartos com banheiros privativos e serviços adicionais como café, restaurante e barbeiro; já Manoel Simplicio oferece um hotel de frente para praia com uma estrutura física clássica, porém com serviços e horários padronizados.

Nessa perspectiva os empresários podem ser divididos em dois grupos: os empresários com negócios no centro da cidade, que focam em uma profissionalização do hotel baseado nos

modelos de outras redes de hotéis executivos, hotéis de negócios, enquanto o empresário que tem acesso a orla foca em oferecer lazer e hospitalidade aos hóspedes. O fato do hotel estar na orla ou no interior do bairro delimita o campo e orienta a pesquisa, pois mesmo com estoque de capital inferior aos outros dois agentes e capital social compatível, o Hotel Atlântico aparece na pesquisa como pioneiro no uso da praia como parte das vantagens do empreendimento, por oferecer acesso à orla, inaugurando um elemento relevante para entender as disputas no campo identificado nesta tese.

Assim, o que se via no momento T1 são hoteleiros de luxo no Centro e, aquele que estava na Orla, era um proprietário cuja estrutura de capitais era menos homogênea e dominante quando comparado aos outros dois proprietários do Centro, como mostra o Quadro 5.

QUADRO 5 - Distribuição de capital no Momento T1

Empresário	Euclides Gonçalves	Carlos Nogueira	Manoel Miranda
Localização do hotel	Interior do bairro		Orla
Capital Social	Membro da Maçonaria Proximidade com político em razão da localização do Hotel	Associação comercial de Maceió Membro da Federação das Indústrias de Alagoas Sócio fundador da Sociedade Civil Escola de Enfermagem de Alagoas	Membro da Maçonaria Frequentava bares e festa na cidade
Capital Econômico	Hotéis e sítio no subúrbio de Maceió	Terrenos na cidade de Maceió, imóveis, franquia da Cerveja Teutônia e investimentos em ações.	Hotel

Fonte: Elaborado pelo autor

A distribuição de capital econômico entre os agentes é nitidamente diferente, colocando o empresário Carlos Nogueira em uma posição de dominação do campo, se considerarmos o capital econômico como preconiza Bourdieu (2005). No entanto, no Momento T1 o capital social destaca-se no campo, pois o fato do empresário Euclides Gonçalves ser reconhecido atualmente como o fundador da hotelaria em Maceió traz o capital simbólico que foi construído por ele através das redes articuladas no período que esse gerenciou o Parque Hotel.

O empresário Manoel Miranda, mesmo não sendo detentor do capital econômico de Carlos Nogueira e nem do capital social de Euclides Gonçalves, tem a seu favor o fato de ser o primeiro hotel na orla da cidade a se profissionalizar, além de conseguir articular redes sociais de grupos que não estavam no foco dos outros empresários, como os turistas que passavam pela cidade em busca de lazer (Entrevista 3), se opondo aos hotéis de negócios do centro da cidade.

Visto que os empresários do Momento T1 articulam os seus capitais em função de uma profissionalização e reconhecimento do seu empreendimento no espaço de Maceió e Alagoas, entendemos que campo hoteleiro é marcado pela busca de reconhecimento como hotel referência da cidade, e essa disputa é permeada pela busca de uma hierarquia, onde o hotel mais antigo desfruta de confiabilidade e serve como norte para o desenvolvimento do campo.

Considerando a Economia da Grandeza, foi identificado que no Momento T1 a lógica da *cit  * doméstica faz parte do plano de fundo, pois há uma busca pela hierarquiza  o do hotel com maior reputa  o e confiabilidade. Os empresários buscam por meio da profissionaliza  o dos empreendimentos impor aos outros atores da *cit  * um modelo onde ele    referência, garantindo a manuten  o de uma hierarquia entre os empreendimentos.

Assim, o momento T1 da hotelaria de Maceió    marcado pela profissionaliza  o da hotelaria, focada mais na reestrutura  o física dos hotéis e na oferta de serviços padronizados, e não na sua participa  o no mercado do turismo, que ainda era irrelevante para cidade. Essa condi  o determina uma dinâmica doméstica na a  o dos hotéis e empresários, que focam na disputa de profissionaliza  o do empreendimento sem se preparar para a turistifica  o da cidade e o uso do litoral como espaço de lazer, que determina evolu  o do campo no Momento T2.

CAPÍTULO 3 – MOMENTO T2: O DESENVOLVIMENTO DA HOTELARIA EM MACEIÓ (1970-2000)

Na década de 1970, Maceió contava com poucos hotéis concentrados no centro da cidade e na praia da Avenida. Neste período a cidade passou por transformações-chaves que influenciaram tanto o turismo local, quanto o desenvolvimento da hotelaria. Para o período da década de 1970, mapeei transformações da ordem de (1) infraestrutura, como a construção do estádio Rei Pelé, em 1970, e a construção da orla do bairro Pajuçara em 1974; (2) organizacional, com a criação de associações coletivas em prol do desenvolvimento turístico da cidade, como a Empresa Alagoana de Turismo S.A. (Ematur) em 1971 e a criação da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH/AL) em 1977 e, por fim, (3) da construção de novos hotéis, como o “Beira-Mar” em 1972, o “Luxor” em 1973 e “Alteza Jatiúca” em 1979. Na década de 80, a capital alagoana teve um crescimento expressivo no número de hotéis e quantidade de leitos, e passou a ser reconhecida e premiada como um dos principais destinos turísticos do Nordeste. O período entre as décadas de 70 a 90 significou também uma maior participação do estado, das associações de interesse coletivos e das agências de viagem na promoção do turismo em Maceió.

Para analisar os dados coletados é utilizada a concepção de campo de Bourdieu e de A Justificação de Boltanski e Thévenot, já descrita no Capítulo 1, além do conceito de turistificação e turismo em massa, fenômenos que se destacam no Momento T2 e marcam a dinâmica da ocupação da orla pelos hotéis, sendo elementos essenciais para compreender o campo estudado nesse momento.

Esta seção está dividida em 4 subseções: Na primeira, foco nos anos 70 e destaco os principais elementos que comungam para o desenvolvimento dos hotéis Luxor, Beira-Mar e Jatiúca, que representam a vinda de grupos de investimento para a cidade de Maceió. Na segunda, foco nos anos 80 e no desenvolvimento dos hotéis que contribuíram significativamente para a modernização do turismo na região da orla, principalmente com a inauguração do primeiro resort pé-na-areia e do primeiro hotel cinco estrelas, enquanto na seção 3.3 discuto o contexto da hotelaria na década de 1990, apresentando os hotéis e os perfis de seus proprietários. Na seção 3.4 é inserida uma reflexão teórica de três categorias que o momento T2 evidenciou serem necessárias para sua compreensão, são elas: o processo de turistificação, o produto turístico e o turismo de massa. Essas categorias analíticas evidenciam a transformação da orla da cidade e sua ocupação pelo setor hoteleiro. Por fim, sintetizo as

características gerais do campo da hotelaria, evidenciando os agentes do campo, seus capitais e quais disputas estavam em evidência no momento T2.

3.1 A década de 70: A emergência da turistificação de Maceió

Em 1970, a inauguração do estádio Rei Pelé, popularmente conhecido como “Trapichão”, foi importante para o aumento da visibilidade da cidade de Maceió para outros estados e países, pois, através dele, Maceió passou a sediar inúmeros jogos de futebol entre times nacionais, e até mesmo internacionais, atraindo mais visitantes para a cidade (HISTÓRIA DE ALAGOAS, 2015b).

Nesse período o poder público estadual apoiava o turismo através do Conselho Estadual de Turismo (CETUR)³⁴, que iniciou os seus trabalhos em 1968 e tinha como Secretário executivo Ilmar Caldas (VERAS FILHO, 1991), fundador da Associação Brasileira de Agência de Viagens/Alagoas (ABAV/AL) e proprietário da Dreamar Turismo (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIA DE VIAGENS, 2004). No ano de 1971, durante o governo estadual de Afrânio Lages, a partir da Lei 3.148, de 14 de maio de 1971 (Anexo 7), foi instituída a Empresa Alagoana de Turismo (Ematur), destinada a fomentar o turismo e atividades correlatas no Estado (ALAGOAS, 1971). A Ematur tinha o “formato jurídico de uma Sociedade de Economia Mista, tal entidade era vinculada à Secretaria de Planejamento, sendo administrada por uma Diretoria Executiva, presidida pelo Secretário de Planejamento, foi integrada ao Cetur” (VASCONCELOS, 2017).

A Ematur foi presidida durante seus 30 anos de existência por políticos e empresários do *trade* turístico de Maceió. Dentre os seus 11 presidentes, destaco os seguintes proprietários e ex-proprietários de hotéis: Ismar Malta Gatto (Médico e proprietário do hotel Beiriz – hotel localizado na região do centro cujo proprietário faz parte de minha amostra do Momento T1 desta tese), Caio Porto Filho (sócio da Agência de Turismo Caiomar), José Guido do Rêgo Santos (proprietário do Hotel Sete Coqueiros, presente no momento T2) e Fernando Rubem Canuto Amorim (proprietário do Village Pratagy Resort presente no momento T2).

³⁴ O Conselho Estadual de Turismo (CETUR) foi criado em 1968, no governo de Antônio Simeão de Lamenha Filho, o conselho era composto pelo Secretário de Planejamento, seu Presidente e quatro (4) membros de livre nomeação do Governador do Estado, conforme Lei nº 2.874 de 23 de novembro de 1967 (anexo 7).

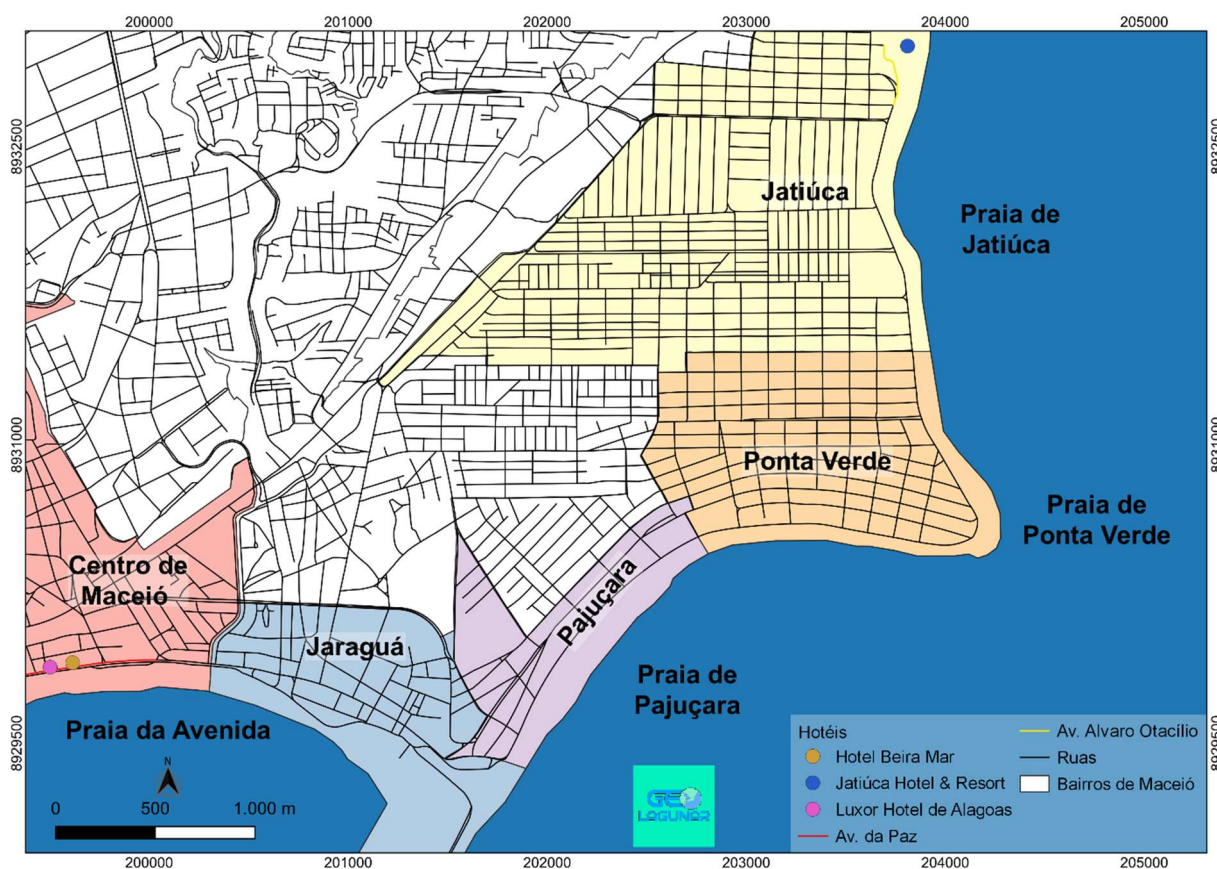
Quadro 6 -Presidentes da Ematur (1971-2002)

NOME	PERIODO
José Guido do Rego Santos	1971-1975
Mario Jorge Gusmão Berard	1975-1976
Dêvis Portella de Melo	1976-1977
Ismar Malta Gatto	1977-1978
Manoel Cavalcante de Mello	1978-1983
Caio Porto Filho	1983-1986
Roberto Barbosa Fernandes	1986-1987
Rubens Villar de Carvalho	1987-1989
Fernando Rubem Canuto Amorim	1990-1991
Lafayette Pacheco Neto	1992-1995
Maria Thereza P. de Lyra Collor de Mello	1995-1998
Patricia Irazabal Mourão	1999-2002
Sandra Morais Amaral de Sousa	2002-2003
Idelfonso Antônio Tito Uchôa Lopes	2003-2004
Ricardo Santa Rita	2004
Andrea Brito Albuquerque	2004
Patricia Irazabal Mourão	2004-2005
Eugênio Sampaio	2005-2006
Flavio Rui Pereira de Melo	2006
Virginio Loureiro	2007-2010
Danielle Govas Pimenta Novis	2010-2015
Jeanine Pires	2015-2016
Helder Gonçalves Limas	2016-2017
Rafael de Góes Brito	2017-2021

Fonte: SEDETUR, 2021

A urbanização da orla da cidade contribuiu para a implantação de novos hotéis em outros bairros de Maceió. Na década de 1960 e meados de 1970 a hotelaria se concentrava no Centro e na praia da Avenida, como já visto no momento T1. Em 1974, a orla do bairro da Pajuçara recebe o calçadão e ganha ruas asfaltadas (MELO, 2017). Naquela época, Pajuçara era um bairro distante do centro da cidade e se constituía em um espaço de veraneio utilizado por famílias abastadas. A urbanização da orla deu a cidade um novo espaço de lazer e aos turistas uma nova praia para visitação. A infraestrutura da Pajuçara possibilitou a abertura e estruturação de nova vias à beira-mar de Maceió, ligando o Centro a Lagoa da Anta, no bairro da Jatiúca e local de construção do Jatiúca Hotel & Resort em 1979.

Figura 10 - Localização dos hotéis de 1970-1979



Fonte: GeoLagunar, elaborado com as informações coletadas na pesquisa.

A construção do estádio Rei Pelé possibilitou que a cidade fosse escolhida como subsede da Taça da Independência, ou mini copa, realizada no Brasil em comemoração ao sesquicentenário da Independência do país no ano de 1972 (GASPAR, 2016). Segundo Veras Filho (1991) a escolha de Maceió se deu pela qualidade do estádio recém inaugurado. No entanto, devido a pouca estrutura hoteleira, o estado se comprometeu pela aceleração das obras do Hotel Luxor de Alagoas. O empreendimento “recebeu incentivos estaduais para se instalar na capital alagoana e teve a participação de investimento da antiga Companhia de Desenvolvimento de Alagoas (CODEL)”(BULGARELLI, 2012, p. 51).

Antes da inauguração do Hotel Luxor, Maceió ganhou o Hotel Beira-Mar, inaugurado no ano de 1972 na beira mar da Praia da Avenida. O Hotel Beira-Mar foi construído pelo Grupo Habitacional do empresário sergipano João Alves. Ambos tinham grande porte: o Hotel Luxor tinha 9 andares e 100 apartamentos e o Hotel Beira-Mar tinha 13 andares e 75 apartamentos (BULGARELLI, 2012). Esses dois empreendimentos marcam o início da década de 1970, pois em quatro anos a cidade passou a ter dois hotéis de porte nacional.

Figura 11 - Hotel Luxor



Fonte: Maceió Antiga (grupo do Facebook) não há informação sobre a origem da foto. Disponível em: <https://www.facebook.com/MaceioAntiga/photos/a.410205875692271/3394832037229625/>. Acessado em 04 fev, 2021

O Hotel Beira-Mar foi uma expansão dos negócios de João Alves, que escolheu construir um Hotel na praia da Avenida, no entanto, antes mesmo da conclusão das obras o Hotel Beira-Mar foi vendido para o grupo Irmãos Britto, empresa de ampla atuação com representação comercial de produtos alimentícios, lojas de roupas, móveis, agência de turismo (ALATUR), construção civil, beneficiamento de alimentos, entre outras. Segundo informação cedida pela filha de um dos proprietários do Hotel (entrevista 4)³⁵, o grupo Irmãos Britto era gerido pelos irmãos José Luciano Mascarenhas de Britto, Fernando Mascarenhas de Britto, Roberto Mascarenhas de Britto e Florival Britto Filho, todos filho de Florival Brito, comerciante de Aracaju que iniciou os filhos nos negócios logo depois que concluíram o ensino primário. Para compra do hotel, foi convidado para compor a sociedade o filho do ex-governador de Alagoas Afrânio Lages (1971-1975), Afrânio Lages Filho, que já era sócio dos

³⁵ Entrevista realizada entre os dias 04 e 08 de fevereiro do ano 2021. A entrevista foi realizada via troca de mensagens, pelo Mensseger do Facebook. Foram feitas anotações em caderno de campo. Os dados originais da entrevista estão arquivados com autor, a entrevista foi semiestruturada enviada a entrevistada uma lista de perguntas.

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.

O Hotel Beira Mar tinha 75 apartamentos e seus 13 andares e a sua estrutura contava com móveis padronizados, frigobar, ar condicionado, TV e oferta de serviços como lavagem de roupa e restaurante (BULGARELLI, 2012), o que contribuiu para que o hotel fosse ranqueado com quatro estrelas. Maceió ainda não era um destino com foco em turismo e, por isso, o hotel “nasceu exclusivamente voltado para atender o comércio, representantes de vendas e servir como ponto de encontro para sociedade maceioense” (*Ibid.* p. 52).

No início da década de 80 os Irmãos Britto dividiram o grupo, ficando o hotel e outras propriedades aos cuidados de Fernando Mascarenhas de Britto e Roberto Mascarenhas de Britto, que fundaram o “grupo Britto Irmãos” (Entrevista 4). Roberto era o único que tinha relações com políticos, e foi também diretor do Clube de Regatas Brasileiro (CRB)³⁶. Após a morte de Roberto o hotel foi arrendado (Entrevista 4) e, posteriormente, vendido, para uma empresária de Brasília (BULGARELLI, 2012), mas deixou de funcionar no início dos anos 1990.

Figura 12 – Hotel Beira-Mar



Fonte: Lages *et al.*, 1979

³⁶ O CRB é um clube poliesportivo da cidade de Maceió, Alagoas, fundado em 20 de setembro de 1912.

O ano de 1979 foi marcado pela inauguração do Hotel Alteza Jatiúca, que existe até hoje sob o nome Jatiúca Hotel & Resort. Esse empreendimento é um marco na hotelaria alagoana pois, segundo Rangel (2010), sua instalação trouxe uma nova fase ao turismo do município com o “conceito de hotelaria de praia no Brasil” (CAVALCANTE, 2019), em razão de ser o primeiro Resort pé na areia em área urbana do Estado.

Figura 13 - Hotel Jatiúca



Fonte: Jatiúca Hotel & Resort, 2021.

O Hotel Jatiúca foi um empreendimento da Arthur Lundgren Hotéis S.A., o primeiro hotel do grupo no Nordeste e no Brasil. O grupo era presidido por Helena Lundgren, conhecida em todo o Brasil como a grande dama do varejo à frente das Casas Pernambucanas, uma gigante do setor de varejo com sede em São Paulo e centenas de lojas em todo o país. A entrada do grupo das lojas Pernambucanas na hotelaria é emblemático, em virtude de ser um retorno à região que ajudou a construir o grande varejista nacional, pois os primeiros Lundgren se estabeleceram em Pernambuco no século XIX (CAVALCANTE, 2019).

As negociações para a implantação do hotel tiveram participação dos governos estadual e federal que datam de 1975, quando foi ofertado o terreno distante do centro da cidade, em uma bastante valorizada atualmente, hoje conhecida como bairro Jatiúca. Para promover o hotel, “Helena Lundgren fez questão de trazer a Maceió empresários e personalidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, que desembarcaram em Maceió em voo da Transbrasil

especialmente fretado para a ocasião” (CAVALCANTE, 2019), o que gerou uma série de notas nas revistas e imprensa da época.. O hotel passou a ser frequentado pela elite Alagoana e por hóspedes de todo o país e do mundo, chegando a ser conhecido como “um paraíso a prova de crise” no início dos anos 1980.

Em seus primeiros anos de funcionamento, o hotel hospedou artistas, empresários e políticos, dando maior notoriedade ao turismo em Maceió e colocando a cidade ao lado de Salvador, Recife e Fortaleza como um dos destinos preferidos no Nordeste durante a década de 1980. A fama do hotel despertou o interesse de agências de turismo de São Paulo, como a CVC, que solicitou a reserva de quartos. No entanto, a CVC teve que aguardar, pois o gerente do hotel, Yves Penicaud, buscava rigor para manutenção da imagem do hotel, que era voltado para um público abastado, além da disponibilidade de quartos naquele momento (*Ibid.*).

Atualmente o empreendimento continua sendo parte do Grupo Pernambucanas e tem ampliado os seus serviços e estrutura. Sua localização e oferta de serviços mantem o seu destaque na hotelaria da cidade, figurando entre os 10 melhores locais para se hospedar em Maceió de acordo com site TripAdvisor³⁷.

Quadro 7 - Hotéis de Maceió de 1970-1979

HOTEL	ABERTO	FECHADO	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	PROPRIETÁRIO	ORIGEM
Hotel Atlântico	1920	1992	Jaraguá	Orla	Manoel Simplicio Miranda	Alagoas
Parque Hotel	1933	1990	Centro	Interno	Euclides Medeiros Gonçalves	Pernambuco
Hotel Beiriz	1958	1994	Centro	Interno	Ismar Gatto	São Paulo
Hotel Beira Mar	1972		Centro	Orla	Fernando Mascarenhas de Britto	Sergipe
Hotel Luxor	1973		Centro	Orla	Sem informação	
HOTEL JATIÚCA	1979		Jatiúca	Orla	Helena Lundgren	Pernambuco

Fonte: Elaborado pelo autor, os hotéis localizados na orla marítima da cidade estão destacados em negrito.

A gestão dos hotéis Luxor, Beira-Mar e Jatiúca era realizada por terceiros. Isto significou um momento de ruptura entre um modelo de gerenciamento familiar, explicitado no momento T1, para a chegada de grupos empresariais que investem em hotelaria em Maceió, o

³⁷ É um site de viagens que fornece informações e opiniões de conteúdos relacionados ao turismo. Segundo Sartore (2017), “a plataforma TripAdvisor, criada em fevereiro de 2000 nos Estados Unidos, é parte dessas transformações, pois permite que indivíduos deixem seus comentários sobre os restaurantes [hotéis, praias e outros locais de turísticos] que frequentaram na forma de Online Consumer Reviews (OCR) ou Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU).” (destaque grifo nosso).

que mudou não somente as formas de gestão dos hotéis da cidade, mas, também, trouxe novos agentes para a configuração deste mercado.

3.2 A década perdida não aconteceu em Maceió: anos 80 e ascensão do turismo na cidade.

Apesar da década de 80 ser conhecida como a “década perdida” para a economia brasileira, foi neste período que Maceió passou a receber mais turistas, grande parte deles atraídos pelas belezas naturais do litoral.

Tanto a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Alagoas (ABIH/AL) quanto a Ematur, ao realizar parcerias com agências de viagem locais e nacionais (VERAS FILHO, 1991), foram fundamentais para que o turismo de Maceió não fosse muito abalado pela crise econômica. A soma dos esforços do Estado, através da Ematur, da ABIH/AL, e outras instituições, para a implantação de importantes hotéis atraiu muitos turistas para cidade, principalmente pelas suas praias e beleza naturais (COSTA, 1998). Com o aumento da demanda turística, jornais de significativa relevância nacional, como a Folha de São Paulo, o Estado de São Paulo e o Zero Hora, publicaram reportagens que reforçaram a imagem de Maceió como destino turístico. Em 1982 Maceió ganhou o Prêmio Imprensa de Turismo, sendo eleito “O Município Turístico do Ano”, e se tornou um dos principais destinos turísticos dentre as capitais nordestinas.

Também houve aumento no aluguel de imóveis por temporada, meios de hospedagens com menores preços, aumento de empregos e ocupações informais (LYKOUROPOULOS, 2006). Na segunda metade da década de 80, o turismo passou a receber mais apoio de gestores públicos, melhorando a infraestrutura do trecho litorâneo da cidade, formado pelos bairros de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca (VASCONCELOS, 2017).

Os seguintes dados atestam o crescimento do turismo na cidade na década de 80: Em 1982, a cidade possuía 11 hotéis, 725 unidades habitacionais com 1.438 leitos (SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DE ALAGOAS, ANO DE PUBLICAÇÃO, s/d). Em 1990, a cidade possuía 61 hotéis, 2.578 unidades habitacionais e 5.233 leitos (PEIXOTO, 2008). Estes números revelam um crescimento de aproximadamente 450% em número de hotéis.

Quanto aos hotéis, foco desta tese, nesta década, foram construídos 17 novos hotéis nas orlas de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca, consolidando-os como territórios urbanos e turísticos privilegiados. Nesse período destacamos a inauguração do Hotel Ponta Verde, no ano de 1980 (MELO, 2017), o qual posteriormente se tornou um dos mais conhecidos na destinação, em virtude de sua privilegiada localização e de seu porte.

Dos 17 hotéis mapeados, destaquei em negrito os que estão localizados na orla da cidade, totalizando seis hotéis. O destaque para os 03 hotéis se justifica pelo objetivo desta tese, que é o de mapear os agentes proprietários dos hotéis que ocuparam a orla marítima de Maceió. Além de mapear, o objetivo também é o de desenvolver uma sociologia deste grupo, explicando as condições sociológicas que possibilitaram determinado modelo de ocupação privada e mercadológica do litoral, com enfoque naqueles que conquistam a visão de frente para a praia.

Quadro 8 - Hotéis abertos entre os anos de 1980 e 1989

HOTEL	ABERTO	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	PROPRIETÁRIO	ORIGEM
Hotel Jaciobá	1980	Centro	Interior	Climério Sarmento de Andrade	Sem informação
Tani Plaza	1980	Cruz das Almas	Interior	Hiromi Tani E Riyoko Tani	Japão
Pajuçara Othon Travel	1980	Pajuçara	Interior	Othon Bezerra de Mello	Pernambuco
Hotel Jangada	1980	Centro	Interior	Sem informação	
Hotel Sobral	1980	Centro	Sem informação	Sem informação	
Hotel Ponta Verde	1980	Ponta Verde	Orla	Hélio Vasconcelos e Mauro Vasconcelos	Alagoas
Hotel Ouro Branco Maceio	1985	Pajuçara	Interior	Chussumu Ueoka	Sem informação
Maceió Mar Hotel	1989	Ponta Verde	Orla	Hélio Vasconcelos e Luiz Vasconcelos	Maceió-AL
Matsubara Hotel	1985	Cruz das Almas	Orla	Nair Atsuko Matsubara	Japão
Hotel Verde Mar	1985	Pajuçara	Orla	Marcelo Marques da Costa	Marília - SP
Gurguri Praia Hotel	1989	Guaxuma	Orla	Luigi Chiappetta	Itália
Hotel Costamar	1989	Ponta Verde	Interior	Carlos Antonio Nogueira Gatto	Alagoas
Hotel Porto Grande	1989	Ponta Verde	Interior	Andre Gustavo Sampaio Soriano	Sem informação

Fonte: Elaboração do autor com base no dados de pesquisa de Melo (2017) e Bulagarelli(2012). Hotéis em negrito estão localizados na orla marítima de Maceió

O mapa a seguir (figura 14) apresenta a localização destes hotéis. É possível observar que neste período que chamo de momento T2, há um deslocamento dos hotéis do centro rumo ao litoral norte de Maceió.

Figura 14 - Localização dos hotéis inaugurados entre 1980-1989



Fonte: GeoLagunar, elaborado com as informações coletadas na pesquisa.

O Hotel Ponta Verde foi inaugurado em julho de 1980. Ele foi construído pelo construtor alagoano Hélio Vasconcelos, pioneiro na construção civil na região do crescente bairro da Ponta Verde, com o propósito de ser um edifício residencial à beira do bairro de mesmo nome.

Segundo Bulgarelli (2012) e Cavalcante (s.d.) foi o seu filho, Mauro Vasconcelos, quem o incentivou a transformar o edifício residencial no que viria a se tornar o Hotel Ponta Verde, primeiro empreendimento alagoano de grande porte de na hotelaria a beira mar da cidade.

Figura 15 - Hotel Ponta Verde



Fonte: Central de reservas - Disponível em: <<https://pt.reserving.com/hoteis/america/brasil/alagoas/maceio/hotel-ponta-verde-maceio>>

Em entrevista para revista Turismo&Negócios (CAVALCANTE, [s.d.]), Mauro Vasconcelos investiu no empreendimento e revelou que morou durante três anos no hotel, pois, no início, havia dificuldade devido à baixa ocupação fora da temporada e à perspectiva geral de que o hotel só funcionaria durante os meses da alta temporada. Assim que ele, juntamente com os proprietários do Hotel Jatiúca, começaram a promover o destino “Maceió”. A parceria entre os hotéis para engajar o turismo local deu ao empreendimento um papel relevante na hotelaria da cidade.

Atualmente o Hotel Ponta Verde é uma sociedade limitada, composta por Mauro Vasconcelos e sua família sob gestão de Maurinho Vasconcelos que é quem cuida da expansão da rede Ponta Verde Hotéis³⁸. Ambos, pai e filho, já foram presidente da ABIH/AL e tem participado de forma atuante no *trade* turístico de Maceió.

Na década de 1980, a orla da Pajuçara recebeu uma nova infraestrutura com iluminação, quadras de esporte, barracas, bares pé na areia etc. A infraestrutura urbana se tornou um local de lazer da cidade, atraindo empresários, dentre os quais, os fundadores do Hotel Enseada, o primeiro da orla da Pajuçara.

O Hotel Enseada foi “um grande empreendimento, uma obra em estilo arquitetônico com grande estrutura” (MELO, 2017, p. 76), localizado na frente da piscinas naturais da Pajuçara, um atrativo turístico da região.

Figura 16 - Hotel Enseada



Fonte: Hotel Enseada - <http://www.hotelenseada.com.br/>

³⁸ Grupo Ponta Verde Hotéis é proprietário do Hotel Ponta Verde Maceió e o Hotel Ponta Verde Francês que fica localizado na Praia do Francês no município de Marechal Deodoro. Disponível em: <https://www.hotelpontaverde.com.br/>

O hotel faz parte dos empreendimentos do Grupo Nivaldo Jatobá, que tem diversas empresas no estado, como usinas canavieiras, coqueirais (Praia do Gunga), concessionária de automóveis e o hotel. No início de seu funcionamento foi gerenciado pelo engenheiro Fernando Amorim e atualmente é gerenciado por Genilda Castro Jatobá Remigio, filha de Nivaldo, que divide as funções de gestão com outros empreendimentos da família.

Foi também durante a década de 1980 que a cidade de Maceió teve sua urbanização expandida, com a pavimentação das ruas que ligam o Bairro da Jatiúca ao Bairro da Cruz das Almas e Jacarecica. Esse evento possibilitou a implantação de outros empreendimentos e moradias nos bairros citados. Isso também refletiu no turismo, que ganhou mais espaço para sua expansão na orla da cidade.

Foi na orla da Cruz das Almas que foi inaugurado o primeiro hotel 5 estrelas, o Matsubara Hotel, do grupo Matsubara Hotéis e Turismo Ltda. O grupo pertence à Família de mesmo sobrenome que já gerenciava negócios no ramo educacional e de hotelaria em Campos do Jordão-SP (HISTÓRIA DE ALAGOAS, 2018). No início da década de 1980, Saburo Matsubara visitou Maceió e visualizou a oportunidade de construir o hotel que acabou sendo inaugurado em 1987 sob a gerência de sua irmã e sócia, Nair Atsuko Matsubara.

A relevância do Matsubara Hotel para hotelaria de Maceió reside: primeiramente, em ser um empreendimento com investimento de fora do estado e do Nordeste; posteriormente por ser classificado como primeiro hotel 5 estrelas da cidade; e, por fim por explorar uma área inédita para o turismo da cidade, que só foi atrair um maior quantitativo de turistas no início dos anos 2000.

Figura 17- Matsubara Hotel



Fonte: Matsubara Hotel

No ano de 1989 é inaugurado o Maceió Mar Hotel, de frente a orla da Praia da Ponta Verde. Segundo reportagem publicada no jornal Tribuna Hoje (2017), Hélio Vasconcelos “queria um hotel que possibilitasse aos turistas uma visão perfeita da orla, no qual turistas do mundo inteiro pudessem acordar e ver o maravilhoso e único mar de Maceió e assim descansar em suas belas paisagens” (*Ibid.*). O hotel tem uma fachada toda em vidro, o que possibilita maior visão da praia e da orla. Na data de sua inauguração ele era o único hotel com esse tipo de estrutura.

O empresário Hélio Vasconcelos vincula a sua família a hotelaria da cidade com a construção de um segundo hotel, o primeiro foi o Hotel Ponta Verde gerenciado pelo seu filho Mauro Vasconcelos, e o segundo o Maceió Mar Hotel, gerenciado pelo seu filho mais novo, Luiz Vasconcelos. Os empreendimentos estão localizados ao lado um do outro, no entanto, são empresas distintas. Com o falecimento do patriarca da família em 1990, os hotéis passam a ser gerenciados pelos seus filhos, que já o ajudavam nessa atividade. A relação entre os dois hotéis “irmãos” foi foco de uma pesquisa, porém, não encontramos nenhuma informação com relação a ações conjunta dos empreendimentos, salvo ações em que o *trade* turístico da cidade organizava. Assim, não temos dados que relacionem a questões familiares dos seus proprietários com os hotéis.

Figura 18 - Maceió Mar Hotel



Fonte: Trivago³⁹

³⁹ Disponível em: <https://www.trivago.com.br/maceio-75728/hotel/maceio-mar-132249>. Acessado em: 15 jul 2021

Essa etapa do momento T2, durante a década de 1980, marca a presença do hotel no litoral maceioense, que acontece com as emergências dos bairros da Ponta Verde e da Jatiúca como espaços de uma classe abastada e do turismo. Nos bairros são construídos hotéis, restaurantes, barracas de praia, agências de viagem e constrói uma orla destinada ao turismo. Esses elementos possibilitaram o desenvolvimento da hotelaria na orla da cidade.

Segundo Rangel (2010), no final da década de 1980, se iniciou um período de decadência do turismo em Maceió, fruto da acentuação da crise econômica nacional, problemas na gestão pública da cidade, do aumento nas tarifas das passagens aéreas e dos altos preços praticados pelos hotéis. Esse cenário afetou diretamente os hotéis do Centro da cidade e da Praia da Avenida que fecharam as portas, bem como alguns inaugurados no início da década 1980.

A década de 1980 se encerra com o início da estagnação da hotelaria em Maceió, processo que se aprofunda durante a década de 1990, no entanto, esse período também marca uma expansão da ocupação da orla marítima pelos hotéis e é sobre esse processo que o próximo subtítulo irá tratar.

3.3 A expansão da ocupação da orla marítima de Maceió pelos hotéis e a estagnação da hotelaria em Maceió (1990-2000)

A década de 1990 foi marcada pela implementação da política neoliberal no Brasil, pelo Governo Collor, apontando o turismo como uma salvação para muitos dos problemas econômicos do Brasil através da sua internacionalização. Mas só foi possível vislumbrar uma nova fase após a estabilização da moeda do país com o Plano Real (VASCONCELOS, 2017).

As mudanças continuam em Maceió com os investimentos em empreendimentos hoteleiros que passaram a se concentrar principalmente nas orlas dos bairros de Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca. Na contramão desse movimento estiveram os empreendimentos localizados na Praia da Avenida, que se degradou principalmente por conta da poluição do Riacho Salgadinho, o que levou ao encerramento dos hotéis Luxor de Alagoas e do Atlântico, em 1992.

A partir da década de 1990, o Governo do Estado de Alagoas passou a fomentar o turismo através de ações planejadas junto ao *trade* turístico, visando os impactos que o turismo poderia trazer, como aumentar a arrecadação de tributos e geração de empregos. Para isso, os Governos Municipal e Estadual, criaram projetos que buscavam aumentar a competitividade do destino Maceió frente aos destinos concorrentes (VASCONCELOS, 2017).

A Ematur era o órgão oficial do turismo em Alagoas e empreendeu uma campanha intitulada “Maceió - Paraíso das Águas”. O órgão recebeu um prêmio de destaque em *marketing* turístico da Embratur e destaque como órgão oficial modelo no controle de qualidade da gestão do turismo (VERAS FILHO, 1991). O órgão estava vinculado à Secretaria de Indústria e Comércio do Estado de Alagoas, mas não tinha o orçamento necessário para o desenvolvimento de uma política pública de fortalecimento do turismo, o que levou a um maior engajamento na busca de parceiros e patrocinadores provenientes da iniciativa privada (LYKOUROPOULOS, 2006).

No início da década de noventa, a Prefeitura de Maceió e o Governo de Alagoas criam e fortalecem uma estrutura pública para o turismo que se mostra promissor naqueles anos. Assim, em 1991 foi criada a Empresa Municipal de Turismo de Maceió (Emturma)⁴⁰ (MACEIÓ, 1991). Em 1993, foi criada a primeira secretaria de estado voltada exclusivamente para essa atividade, o que deu um novo reforço à gestão pública local do turismo. A Secretaria de Turismo (Setur) surgiu a partir da disjunção da Secretaria da Indústria, do Comércio e do Turismo de acordo como Lei Nº 5.517, de 15 de julho de 1993 (ALAGOAS, 1993). Com a criação desses órgãos, o *trade* turístico⁴¹ passou a propor projetos e políticas públicas para o setor.

Considerando os dados apresentados por Peixoto (2008), no início da década de 1990, a hotelaria de Maceió teve mais perdas que ganhos, pois, em 1990, foram fechados 15 empreendimentos até 1997. O autor também afirma que nesse período não houve grandes transformações no setor hoteleiro, já que no ano de 1997 Maceió tinha apenas 46 hotéis, diferente do fim da década de 1980, quando a cidade tinha 61 hotéis. Os hotéis Luxor de Alagoas, Beira-Mar, Atlântico, Jaciobá e Sobral fecharam as suas portas durante esses anos, encerrando o tempo do turismo na região da Praia da Avenida.

Os dados do Quadro 9 (p. 81) mostram que durante o período que vai de 1983 a 1996, houve uma estagnação no número de hóspedes, voltando a crescer somente no ano de 1997 quando o número de hóspedes supera a média do período dos treze anos anteriores. Não há um

⁴⁰ De acordo com o Artº. 5º da Lei nº 4.021, de 26 de março de 1991 (Anexo 8) a Emturma teve por “objeto a execução da política municipal de turismo, bem como a execução da política de desenvolvimento urbano e de revitalização de áreas urbanas, assim como a construção e exploração de equipamentos urbanos e turismo e lazer [...]” (MACEIÓ, 1991)

⁴¹ *Trade* turístico de Maceió é conjunto de associações que representam o setor do turismo. Ele é composto por: Associação Brasileira das Agências de Viagens de Alagoas (ABAV-AL), Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Alagoas (ABIH-AL), Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo (ABRAJET-AL), Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de Alagoas (ABRASEL-AL), Maceió *Convention & Visitors Bureau* (MC&VB), Sindicato das Empresas de Turismo do Estado de Alagoas (SINDETUR-AL) e pelo Sindicato Empresarial de Hospedagem e Alimentação de Alagoas (SINDHAL).

causa imediata dessa estagnação, mas buscando na história foi percebido que, no início dos anos 1990, Alagoas inicia a década como a terra do 1º Presidente da República eleito democraticamente, no entanto, o estado tem as contas públicas em déficit, vê a violência urbana aumentando (FOLHA DE S.PAULO, 1998), um grande número de pedintes na orla da cidade e a crise do governo estadual, que finda com a queda do governador Divaldo Suruagy em 1997 (ALBUQUERQUE, 2002; ALMEIDA, 1999). É interessante a ressaltar aqui que a melhoria no turismo acontece após a queda de um governador, quando o Estado passa por uma intervenção da União. No entanto, os dados coletados não conseguem responder de forma objetiva o que motivou a estagnação e a retomada do crescimento.

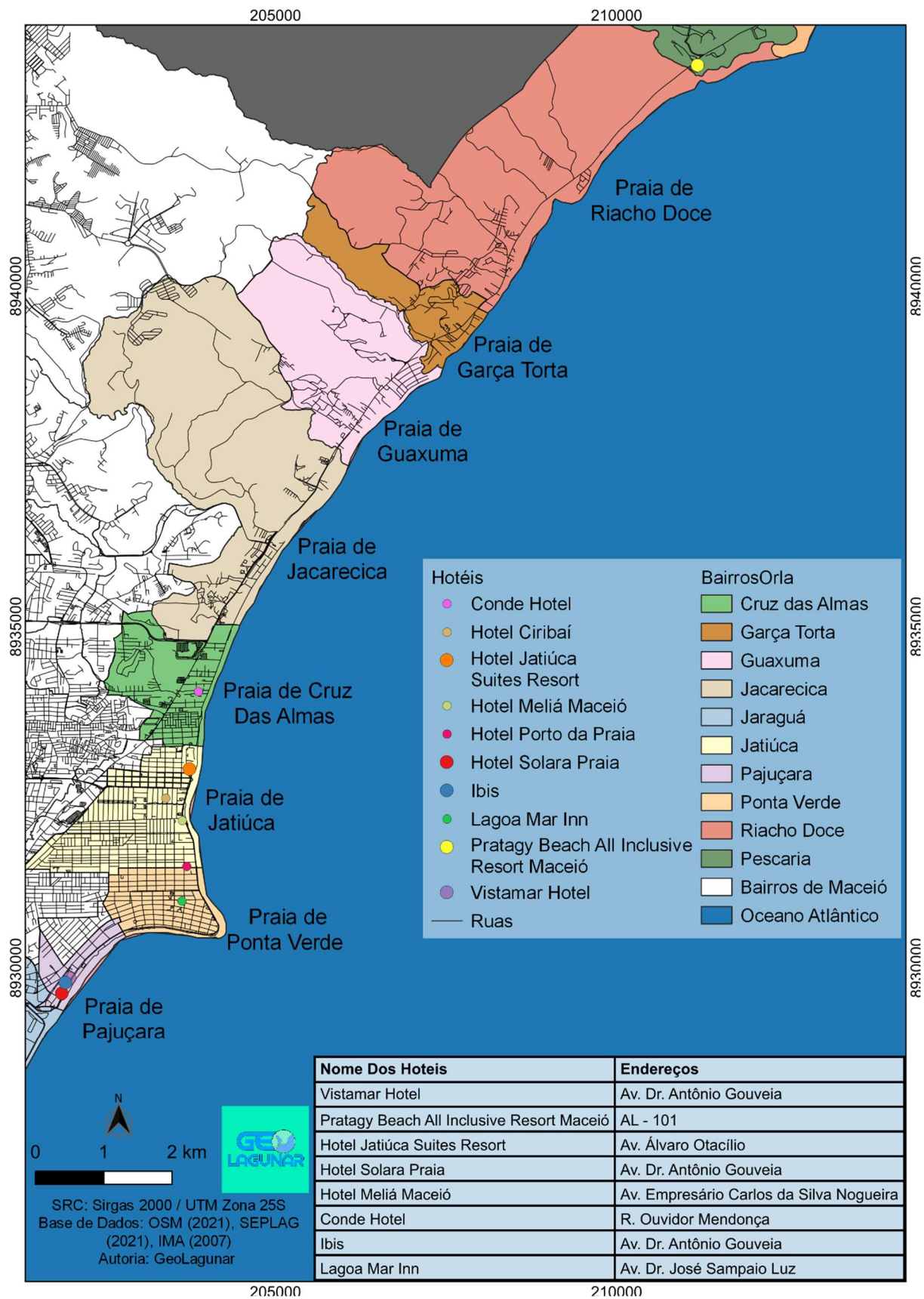
Quadro 9 - Número de hospedes de 1982 a 2000

Ano	Nº de Hospedes	%
1982	98.008	0%
1983	117.471	19,86%
1984	119.485	1,71%
1985	118.474	-0,85%
1986	154.025	30,01%
1987	126.688	-17,75%
1988	130.837	3,27%
1989	147.815	12,98%
1990	128.936	-12,77%
1991	128.554	-0,30%
1992	100.661	-21,70%
1993	131.067	30,21%
1994	141.845	8,22%
1995	129.155	-8,95%
1996	104.546	-19,05%
1997	187.035	78,90%
1998	223.298	19,39%
1999	267.781	19,92%
2000	260.926	-2,56%

FONTE: Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo de Alagoas, 2021

Mesmo com a queda no número de hóspedes a cidade recebeu investimentos em empreendimentos de hospedagem. Os novos empreendimentos se instalaram nos bairros da Pajuçara, Ponta Verde, Jatiúca, Cruz da Almas e Riacho Doce, ocupando o litoral ao norte da capital alagoana, como pode ser visto na Figura 19.

Figura 19 - Mapa dos hotéis no final da década De 1990



Fonte: GeoLagunar, elaborado com as informações coletadas na pesquisa

A ampliação da rede de hotéis de Maceió, mesmo não seguindo o ritmo de crescimento da década de anterior, consolida a turistificação e ocupação da orla da cidade por hotéis. Destacamos a implantação de hotéis de redes internacionais e nacionais como um marco dos anos 90. Um exemplo disso é a implantação do primeiro hotel do Grupo Sol Meliá, que inaugurou o Hotel Meliá Maceió em 1991, com 10 andares, 110 suítes, 74 apartamentos *studios* e 20 *penthouse* (BULGARELLI, 2012).

Figura 20 - Hotel Meliá Maceió



Fonte: Bookaris, 2021⁴²

A Grupo Sol Meliá no Brasil iniciou seu crescimento com dois hotéis: um hotel de férias em Maceió e um hotel de negócios em São Paulo. A empresa avaliou o potencial de desenvolvimento turístico do Brasil como grande, dados os seus recursos turísticos e a abertura de muitas oportunidades com condições favoráveis ao investimento estrangeiro (ÁLVAREZ, CARDOZA E DÍAZ, 2005). O investimento feito pelo empresário espanhol Gabriel Escarrer Juliá sinalizava a expansão do grupo para América Latina.

Outros empreendimentos que destacamos no período são: o Vistamar Hotel, inaugurado em 1990, na orla da Pajuçara. O hotel era gerenciado por Marcelo Marques da Costa, Presidente do Sindicato Empresarial de Hospedagem e Alimentação de Alagoas (SHRBS) durante o período de 2020-2021 (SINDICATO EMPRESARIAL DE

⁴² Disponível em: < https://www.bookaris.com/hotel_melia-maceio_ORCNT_PPT.html#thumbcarousel>. Acessado em 25 out. 2021.

HOSPEDAGEM E ALIMENTAÇÃO DE ALAGOAS, 2021). Neste mesmo ano foi inaugurado o Ibis Maceió Pajuçara, que teve investimentos de cerca de R\$ 5,3 milhões. O controle acionário pertence aos empresários alagoanos Cid Eduardo Porto e Denisson Flores, que têm, entre outros negócios, usinas de álcool e açúcar (VALLE, 1996).

Figura 21 - Hotel Ibis Pajuçara



Fonte: Decolar⁴³ (Hotel Ibis Pajuçara)

O Hotel Jatiúca expandiu seu negócio e inaugurou o Jatiúca Resort Suíte (MELO, 2017) aumentando sua capacidade para 75 unidades habitacionais (UH). Atualmente, os *flats* são administrados pelo grupo Slaviero Hotéis. Por fim, temos a inauguração do Village Pratagy Resort, em 1990, no bairro de Riacho Doce (*Ibid.*), de propriedade de Fernando Amorim, o empreendimento é o segundo hotel pé na areia da cidade.

⁴³ Disponível em: < <https://www.decolar.com/hoteis/h-1694122/hotel-ibis-maceio-pajucara-maceio>>. Acessado em: 29 nov. 2021.

Quadro 10 - Hotéis abertos entre os anos de 1990 e 1997

HOTEL	ABERTO	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	PROPRIETÁRIO	ORIGEM
Ritz Praia Hotel Maceió	1990	Ponta Verde	Interior	Cesar Coelho/Marcio Coelho	Minas Gerais
Village Pratagy Resort	1990	Pescaria	Orla	Fernando Rubem Canuto de Amorim	Alagoas
Hotel Porto da Praia	1991	Ponta Verde	Interior	Ana Maria de Paiva Vasco	Sem Informação
Hotel Vistamar	1991	Pajuçara	Orla	Marcelo Marques Da Costa	São Paulo
Sete Coqueiros Hotel Maceió	1991	Pajuçara	Orla	José Guido Dos Santos / Waldir Duarte Santos	Alagoas
Solara Praia Hotel	1991	Pajuçara	Orla	Eduardo Jose De Moura Lima	Alagoas
Hotel Livramento	1992	Centro	Interior	Flavio Dourado Gonçalves	São Paulo
Hotel Meliá Macieió	1992	Jatiúca	Orla	Rui Manuel Carvalhas Lobo de Oliveira	Espanha
Hotel Ritz Plazamar	1992	Ponta Verde	Interior	Ana Carolina Gomes Coelho Leao	Sem Informação
San Marino Suite Hotel	1993	Ponta Verde	Interior	Samira Rassi	Alagoas
Conde Hotel	1994	Cruz Das Almas	Interior	Eder Clemente Pio	Minas Gerais
Hotel Pousada Gogo da Ema	1994	Ponta Verde	Interior	Estella Maria Peixoto Monteiro	Sem Informação
Bluemar Hotel	1996	Jatiúca	Interior	Roberta Amorim Malta	Sem Informação
Coqueiros Express Hotel	1997	Ponta Verde	Interior	Ricardo Andre Duarte Santos	Alagoas
Hotel Ciribai	1997	Jatiúca	Interior	Sonia Angelica Couto Moura	Sem Informação

Fonte: Elaboração do autor com base nos dados de pesquisa de Melo (2017) e Bulgarelli(2012). Hotéis em negrito estão localizados na orla.

Em 1991 é inaugurado o Village Pratagy Resort, localizado na AL-101, no Bairro do Riacho Doce. O empreendimento foi o primeiro resort de Maceió e expandia a hotelaria para o litoral norte da cidade. Com a dimensão de um grande hotel, ele oferecia 242 unidades habitacionais, entre apartamentos e cabanas, além de uma estrutura de lazer para todas as idades conjugada com a natureza do local (BULGARELLI, 2012).

O empresário Fernando Amorim construiu o empreendimento e arrendou para o grupo italiano VentaClub (ALENCAR, 2009; ATZINGEN, 2017; BULGARELLI, 2012). Fernando Amorim, engenheiro civil e proprietário da Construtora Ativa que construiu os edifícios do Hotel Solara e o Hotel Enseada (LEÃO, 2017) na década 1980, quando o empresário teve o

primeiro contato com hotelaria e gerenciou o Hotel Enseada, durante os anos 1990 e 1991 ele foi o presidente da EMATUR (Quadro 6. p. 66) (LEÃO, 2017).

Figura 22 - Village Pratagy Resort



Fonte: Booking, 2020⁴⁴.

Os hotéis do quadro 8 (p. 73) passam a ser parte do campo hoteleiro de Maceió em um momento de transição, quando a crise no setor demanda uma reorganização do campo que é compreendida no Momento T3. Os empreendimentos que resistem as crises dos anos 90 e os que são abertos durante esse período demarcam o litoral da cidade como um espaço para o lazer e o turismo, que vem sendo construído desde a década de 1980 por meio de políticas públicas (GOMES, 2015) e ações da iniciativa privada.

3.4 Processo de turistificação, produto turístico e turismo de massa: elementos do campo hoteleiro de Maceió

O período de 1970 a 2000, compreende o momento T2 da hotelaria de Maceió. Durante esse período a hotelaria se profissionaliza, expande e se estabiliza. O surgimento do turismo

⁴⁴ Disponível em: <

local está vinculado a esse período e às dinâmicas que os hotéis adotaram para a divulgação dos seus produtos. No início da década de 1970 o turismo em Alagoas e Maceió era incentivado, principalmente pela Ematur (VERAS FILHO, 1991) por meio da promoção de eventos e caravanas para cidade, visto que a hotelaria, na década de 1970, ainda estava se constituindo e foi coadjuvante no processo.

A hotelaria de Maceió inicia a década de 1970 com os hotéis do centro da cidade, que mesmo passando por uma modernização (GIDDENS, 1991) nos seus produtos e serviços ainda não vislumbravam no turismo de lazer uma oportunidade para os negócios. Ao final da década o campo da hotelaria muda e apresenta uma configuração que rompe com o modelo até então utilizado na cidade. Durante a década foi implantado na orla cidade três grandes hotéis: (i) Luxor Hotel; (ii) Hotel Beira-Mar, ambos na praia da Avenida e o (iii) Hotel Alteza Jatiúca, na Lagoa da Anta na praia da Jatiúca. Este último empreendimento semeou o “destino turístico Maceió”, pois foi por meio dele que Maceió ganhou destaque na mídia nacional através do marketing do hotel (CAVALCANTE, 2019). Assim, o fim da década 1970 foi marcado pela ruptura de um modelo de hotelaria voltado para um turismo de local, com espaços de convivência da alta sociedade alagoana e de circulação de visitantes que vinham à cidade para negócios, e passa a vislumbrar o turismo de lazer.

No início dos anos 1980 a hotelaria da cidade ganha o hotel Ponta Verde, que faz parceria com o Hotel Alteza Jatiúca para divulgar Maceió (CAVALCANTE, [s.d.]). Ainda segundo Melo (2017), Rangel (2010) e Vasconcelos (2017), foi na década de 1980 que se iniciou o processo de turistificação de espaços da cidade e a construção de produto turístico, que são, inicialmente, elementos que em um primeiro momento podem ser interpretados como fatores para a construção do turismo da cidade, e são, porém, fundamentais para compreender como a hotelaria da cidade se expande ocupando a orla, além de aproximar o *trade* turístico de negociações com agentes públicos e privados para tornar a atividade turística viável.

Na primeira metade da década de 1980 Maceió recebeu aproximadamente 500 mil turistas, como pode ser visto na Quadro 9 (p. 81). O crescente número de hóspedes está ligado as opções de turismo da cidade, como as praias urbanas, piscinas naturais da Pajuçara e outros produtos turísticos, além do fato de Maceió ser a cidade de entrada para os turistas em Alagoas.

O processo de turistificação de Maceió é estudado por Daniel Vasconcelos (2017) que estuda a transformação do espaço da cidade e do espaço turístico constituindo o destino Maceió. Aqui nos ateremos ao conceito de turistificação que o autor traz na sua tese e em artigos. A ideia de turistificação,

[...] como um (re)ordenamento ou (re)adequação espacial em função do turismo, sendo uma interação entre fixos (elementos paisagísticos imóveis, formas...) e fluxos (de capital, pessoas, padrões e valores culturais, territorialidades), que influenciam as diferentes esferas da organização socioespacial. [amplia a o conceito para atender a ideia de territorialização da tese que o leva a confirmar que a turistificação é um] processo espacial de territorialização pelo e para turismo, assentado em um viés de produção do espaço que tem por finalidade a (re)produção da atividade turística. (VASCONCELOS, 2017, p. 53)

O autor constrói a sua concepção de turistificação fundamentado em autores que estudam geografia e turismo, como Benevides (2007) e Knafo (2001) que interpretam o conceito de turistificação a partir de uma ótica do território do seu uso, significações e transformação. Se entendermos a turistificação como a [re]adequação do espaço concordamos com as colocações dos autores, no entanto, o processo de turistificação também é uma disputa na concepção sociológica, pois o uso do espaço passa por uma construção do seu significado pelos agentes e, por isso, compreendemos que o processo de turistificação é um campo de disputa para definição dos significados dos espaços para os grupos sociais. Assim, compreendemos que o processo de turistificação de Maceió passa pela ocupação de territórios (orla) e a construção de seu significado pelos agentes do turismo, com destaque aos hoteleiros.

Interpretando a ocupação da orla de Maceió pelos hotéis por meio da ideia de turistificação, identificamos que a construção de espaços destinados ao turismo na cidade data ainda do anos 1970 com o uso da Praia da Avenida para eventos culturais e lazer aos fins de semana, mas o marco para turistificação de Maceió é a chegada do Hotel Alteza Jatiúca, que propaga as belezas naturais das praias da cidade, sobrescrevendo o uso da orla por pescadores, banhistas locais e espaço de veraneio para famílias abastadas, transformando a orla em espaço de lazer e relaxamento.

Isso transforma a orla da cidade, que passa a se tornar urbanizada, como a da Praia da Pajuçara, e em processo de ocupação como a Ponta Verde e a Jatiúca, que abandonam seu passado de veraneio e sítios, e passam a ser as praias turísticas da cidade, se opondo a Praia da Avenida, que passou a ser um local de uso dos populares, ou melhor, da população local.

A mudança no significado da orla de Maceió trouxe consigo os loteamentos dos terrenos dos bairros da Jatiúca e da Ponta Verde que, como dito anteriormente, deixam de ser espaços rurais e passam a ser turísticos, atraindo uma classe abastada a ocupar os terrenos de frente ao mar, o que ficou conhecido nos anos 1980 com o mar do “paraíso das águas”. Além desse grupo, a orla passa a ser espaço de implantação da crescente hotelaria da cidade, que nos 1980 inaugura cinco hotéis na orla da cidade, tornando a ocupação da orla por hotel um dos fatores que determinam a posição do hotel no campo hoteleiro.

Com o crescimento turismo na década de 1980, a cidade passa a registrar a ocupação de hóspedes nos hotéis e investir em eventos para divulgar o “destino Maceió”, em parceria com *trade* turístico. Maceió atrai investimentos na hotelaria, como visto na inauguração de novos hotéis na cidade (Quadro 8. p. 73), entre eles um empreendimento de uma rede nacional de hotéis, Hotel Othon Pajuçara. Além do crescente número de turistas que utilizam os hotéis como meio de hospedagem, como pode ser visto no Quadro 9 (p. 81). A demanda criada no período, bem como os preços praticados, semeia um emergente turismo de massa na cidade.

A demanda crescente do turismo global desde o final da segunda guerra mundial, em razão da melhoria da qualidade de vida, do aumento de uma classe média global, entre outros (KRIPENDORFF, 2001), leva até os destinos turísticos uma grande quantidade pessoas que buscam desfrutar dos produtos ofertados. O aumento de viajantes traz ao cenário mundial o turismo de massa, que chega em Maceió na década de 1980.

O turismo de massa é compreendido por Knafo (2001) como “concentração de grandes quantidades de turistas em espaços limitados.” (*Ibid.*, p.66). No caso de Maceió, esse evento acontece, segundo Araújo e Carvalho (2013), sem planejamento turístico, criando alguns polos turísticos que são mais afetados pelo turismo de massa do que outros. Esse modelo de turismo traz o que Knafo (2001) demonstra em dois aspectos que são observados: (i) os interesses econômicos, social, demográfico, e mesmo estético, operados pelas transformações necessárias para atender a demanda; (ii) os efeitos negativos, como o aumento da poluição, a saturação do lugar, a destruição de ambientes naturais, entre outras.

Os dados da pesquisa evidenciam que, no caso de Maceió, as notícias trazem apenas as questões relacionadas ao aspecto (i) (os interesses econômicos, social, demográfico, e mesmo estético, operados pelas transformações necessárias para atender a demanda), mesmo como o acontecimento de poluição da Praia da Avenida no início da década 1990 (PEIXOTO, 2008; RANGEL, 2010; VERAS FILHO, 1991), que contribuiu para o seu abandono quanto espaço de lazer e turismo. Dessa forma, o turismo de massa na cidade é tido como uma sinalização de sucesso e reconhecimento das belezas locais, por colocar a cidade na rota do turismo do nordeste e contribuir para o desenvolvimento econômico da cidade.

Para a hotelaria, o turismo de massa é positivo pois garante a ocupação dos empreendimentos e maior poder na política de preços dos hotéis diante da demanda pelos seus serviços. A perspectiva de ocupação hoteleira é reflexo da qualidade do destino turístico, é utilizado como elemento para cobrar e/ou negociar com outros agentes da sociedade (poder público, bancos de investimentos e agências de turismo nacionais) políticas e/ou ações que

valorizem as atividades hoteleiras, tendo como agente principal a ABIH/AL e os hotéis que se dedicam a divulgar o “destino Maceió”, principalmente os que estão na orla da cidade.

Na década de 1990, o turismo em Maceió passa por um declínio com a redução de turistas e ocupação dos hotéis, desgaste da imagem da cidade – que tem problemas de segurança pública –, desigualdade social exposta nos seus cartões postais, entre outros. Esse momento levou o setor do turismo a passar por uma transformação, que passa pela sua reestruturação quando identifica que o produto turístico “Sol e Mar”, principal produto de Maceió, precisa agregar outros valores e expandir a capacidade turística da cidade. Assim, o *trade* turístico diante da crise da década se reconfigura, e pode ser observado, principalmente, nos hotéis da Praia da Avenida, que fecharam em razão da desturistificação da região, iniciada na década anterior, da implantação de hotéis em bairros ainda não explorados pela hotelaria, como Riacho Doce, e a consolidação do bairro da Pajuçara como espaço da hotelaria e do turismo na cidade.

Na década de 1980 o turismo na cidade se baseava no produto Sol e Mar, o que se reproduz até os dias atuais (VASCONCELOS, 2017). Dessa forma, Maceió e Alagoas são vendidos com um pacote de visitação das belezas naturais e praias exuberantes, principalmente para os turistas do Sudeste do Brasil. Assim, a hotelaria em Maceió era destinada a pacotes de turismo ofertado por agências de viagens e para realização de eventos. Mas alguns hotéis tinham eventos voltados para sociedade local, como o réveillon no Hotel Jatiúca, Ponta Verde e Maceió Mar Hotel, festividades carnavalescas e os espaços dos restaurantes, que eram abertos ao público. Assim, os hotéis naquele período, mesmo com o crescimento das hospedagens e do turismo, eram também espaços sociais para locais.

As mudanças ocorridas nos anos 1990 trouxeram outros elementos para compor os produtos turísticos da cidade, como o artesanato e a gastronomia que passam a figurar como parte da experiência de viajar a Maceió. Segundo (Martins, 2006)

[...] produto turismo é uma compra intangível, imaterial, é uma experiência. Enquanto bens e commodities são tangíveis, o produto turismo, assim como serviços, é intangível. Quando o indivíduo compra um produto turístico, este não compra uma posse, compra sim, um desejo, uma fantasia, um descanso, um relaxamento, um sonho, dentre outras necessidades intrínsecas do indivíduo desejadas. (*Ibid.*, p. 90)

A definição de Martins (2006) ilustra o produto turístico como algo intangível, o produto da experiência, a sensação desse fenômeno é utilizado pelo turismo em Maceió a partir da década de 1980, mesmo que de forma não planejada. A construção da imagem do “paraíso das águas” remete ao turista uma experiência prazerosa. Assim, os hotéis se apropriam do *slogan* “paraíso das águas” e quanto mais próximo do mar melhor é o uso do produto como

parte do empreendimento. A relação entre produto turístico e hotelaria é estreita, pois, a presença da ABIH/AL no conselho municipal de turismo e na Secretária Estadual de Turismo, coloca os interesses dos hoteleiros em negociação com os agentes públicos e como agentes transformadores do produto Maceió.

A ocupação da orla da cidade pelos hotéis se torna imprescindível, pois o produto da cidade é o acesso as praias e ao sol, com maior valor agregado aos empreendimentos a beira mar. A construção do produto turístico Maceió perpassa por toda a década de 1980, como descrito anteriormente, e se consolida na crise da década de 1990. Para fins de análise do material coletado na pesquisa utilizaremos a definição de Cardozo (2006) que coloca “o produto turístico são os bens e serviços prestados e passíveis de comercialização e fruição, englobando as atrações turísticas, os serviços de hospedagem, a alimentação, o transporte, os guias e outras amenidade e serviços encontrados nas localidades turísticas” (*Ibid.*, p.147).

Dessa forma, o produto turístico de Maceió, sol e mar, é utilizado como marca registrada da oferta turística da cidade inclusive pelos hotéis. No entanto, a cidade que é a principal porta de entrada de turistas no estado de Alagoas e concentra os seus principais meios de hospedagem, agrega ao produto turístico outros elementos que não apenas o sol e mar, pois a expansão do turismo no estado na década de 1990 trouxe outros atrativos turísticos, como as praias do litoral sul e norte do estado, que no período ainda não tinham estrutura para receber um turismo de massa. O que foi aproveitado pela hotelaria e agências de turismo, que concentram suas atividades em Maceió e ofertam passeios as demais praias do estado, incluindo os serviços de transporte e hospedagem ao produto turístico Maceió, mantendo o turista na capital alagoana.

Mesmo com a estagnação da hotelaria de Maceió na década de 1990, a cidade ganhou mais dez hotéis que ampliaram a visibilidade da cidade em nível internacional com chegada do Ibis Maceió Pajuçara e o Hotel Meliá Maceió. A vinda desses hotéis marcou a chegada de investimentos de redes internacionais na hotelaria da cidade e trouxe outra dinâmica para o campo hoteleiro que é evidenciado no Momento T3.

De 1997 a 2000, Maceió registrou uma presença de aproximadamente 900 mil hóspedes se somado os quatro anos, um número bem maior do que os primeiros dados dos anos de 1982. Esse aumento na ocupação hoteleira é fruto da divulgação organizada pela ABIH/AL e seus associados, a oferta de serviços pelos hotéis, as agências de viagens (CVC e agências locais) que ofertavam pacotes para Maceió com preços competitivos e a construção do destino turístico de Maceió que oferta sol e mar, mas agrega gastronomia, diversão e outros elementos utilizados na divulgação da cidade junto aos turistas de outros estados e regiões do país.

Em suma, a hotelaria em Maceió no momento T2 corresponde ao (i) desenvolvimento e manutenção de uma ideia do destino Maceió construído pelo *trade* turístico, (ii) a ampliação de oferta de hospedagem e serviços dos hotéis e o (iii) atendimento de uma demanda de turistas nacionais. Esses aspectos podem ser identificados na hotelaria com a formação em gestão do empresariado local; a visão estratégica de agir em grupo para divulgação do destino e, por fim, a oferta de serviços para públicos diversos, fomentando um turismo de massa.

3.5 O campo hoteleiro de Maceió - Momento T2

A hotelaria de Maceió durante os trinta anos que são analisados no Momento T2 apresenta algumas características em comum e, para abordá-las utilizamos, principalmente, o modelo de campo de Bourdieu. No período temporal estudado, a hoteleira se constitui e se modifica conforme a inserção de outros capitais que são elementos de distinção, como o capital tecnológico, a chegada de investidores externos ao mercado local no setor, as transformações de capitais da elite local, a ocupação da orla e a concepção de Maceió como um destino turístico.

A configuração do campo é homologada ao *cit  * industrial em razão de que no período houve uma profissionaliza  o e moderniza  o dos hotéis e empresários, que buscavam a constru  o do destino turístico e resultados positivos para seus empreendimentos. Assim, mensurar o desempenho do hotel e do setor passou a ser uma das atividades realizadas pela ABIH/AL, pois os investimentos para eficiência da hotelaria seriam realizados quando identificadas as necessidades. Dessa forma, o turismo de massa aconteceu fomentado pelos empresários, contribuindo para emergências e expansão do turismo na cidade, bem como das hospedagens, o que tornou a hotelaria de Maceió competitiva em nível regional.

Atender as demandas, a profissionaliza  o dos gestores dos hotéis, a mensura  o do desempenho e investimento em melhorias para hotelaria, coloca o Momento T2 em uma configura  o industrial de produ  o e especializa  o nos produtos da cidade.

Os hoteleiros de Maceió no momento T2 se destacam pela forma  o escolar do empresário, pois em compara  o com os empresários do momento T1, se distinguem por terem maior escolaridade (nível superior), o que contribui para mudança de perspectiva do turismo na cidade, a expansão da atividade hoteleira e a ruptura com modelo de negócio que predominava na cidade até o início dos anos 1970. Nesse t  pico    realizada uma análise do campo da hotelaria de Maceió, considerado os empresários e seus capitais em três décadas: a primeira referente a década de 1970, a segunda a década de 1980 e por fim, a década de 90.

3.5.1 Década de 1970 – a modernização da hotelaria de Maceió

A década de 1970 é marcada pela implementação de hotéis de grande porte na cidade, entre eles o Luxor Hotel de Alagoas, que foi construído com auxílio do Governo do Estado de Alagoas, como já mencionado, e pertencia ao Grupo Luxor Hotels, que iniciou sua trajetória nos ramos de hotelaria em 1917, no Rio de Janeiro, com o empresário Hércules da Silva Ribas (HOTEL NEWS, 2008) e depois passou para seu filho Walter Soares Ribas que, além da hotelaria, atuava no agronegócio e na criação de cavalos. Na década de 1980, os Hotéis Luxor eram os maiores grupos de hotelaria do Brasil (LUXOR, [s.d.]), a presença do empreendimento é um marco para hotelaria em Maceió e no Estado, que buscavam investidores nacionais para a implantação de um hotel de grande porte na cidade (VERAS FILHO, 1991). A inauguração do Hotel Luxor Alagoas, ranqueado como hotel quatro estrelas (Lages *et al.*, 1979), trouxe um desafio ao campo hoteleiro, pois, além dos hotéis do Centro, agora havia os hotéis da orla que se destacavam pela estrutura moderna e sua reputação, além de corroborar com o turismo de lazer emergente na cidade.

O Hotel Beira-Mar era gerido pelo grupo Irmãos Britto, que tinha várias outras atividades econômicas na cidade. Foi administrado por Fernando Mascarenhas de Britto, oriundo de Aracaju, que investiu na cidade juntamente com seu pai e seus irmãos. O hotel marca a presença de empresários do Nordeste que diversificam seus negócios na cidade, pois o mesmo grupo era proprietário da Alagoas turismo e representações (Alatur), uma das primeiras agências de turismo da cidade. Assim, a gestão do hotel e da agência contribuíam para formação da indústria do turismo na cidade (Entrevista 4). O empresário que gerenciava o hotel destacava-se pelo capital social dele e de seus irmãos, que atuavam no mercado local, gerenciavam clubes de esporte, tinham boas relações com políticos locais e parcerias comerciais com políticos locais. Sendo beneficiário do Decreto Estadual nº 3.580 de 18 de julho de 1978 (ALAGOAS, 1978), que garantia a isenção do imposto de transmissão de bens imóveis e 60% no Imposto de circulação de mercadoria pelo fornecimento de alimentação e bebidas no restaurante ou bar do hotel. Essa modalidade de incentivo foi realizada pelo governo desde o início da década de 1970 com a Lei nº 3.278 de 14 de maio de 1973 (ALAGOAS, 1973), no entanto, em 1978, foi feito o primeiro decreto garantindo a isenção ao um Hotel. Dessa forma, o capital social dos empresários os coloca em destaque pela aproximação aos agentes do poder público, possibilitando a negociação de vantagens para o setor e para os empresários.

Por fim, a década de 1970 é marcada pela inauguração do Hotel Jatiúca, de propriedade do Grupo Pernambucanas, idealizado pela empresária Helena Lundgren, o primeiro resort

urbano da cidade é, até hoje, referência em hotelaria na cidade. A gestão do Hotel Jatiúca ficou marcada pela especialização da gestão hoteleira que, em seus primeiros anos, foi gerenciado pelo francês Yves Penicaud, que já tinha experiência em gestão hoteleira (CAVALCANTE, 2019). Esse fato dá ao hotel um capital diferente ao dos demais agentes, o capital tecnológico, aqui colocado pelo acesso a expertise em hotelaria do gestor, que colocou o turismo de lazer como principal atividade do hotel e passou a fazer a divulgação do destino Maceió, e a construção do destino no imaginário dos turistas. Os capitais da empresária, primeira mulher na hotelaria da cidade⁴⁵, herdeira do grupo varejista e conhecida como a dama do varejo na década de 1970 (CAVALCANTE, 2019), inauguram a participação do grupo na hotelaria com a inauguração do hotel em Maceió, em um evento que contou com um grupo da elite brasileira convidado pela empresária para conhecer o hotel e a cidade. Esse é o marco de ruptura com a hotelaria do Momento T1. Pois a hotelaria e o turismo de Maceió passaram a ser percebidos como algo tangível, e na segunda década do Momento T2 emergem e se estabelecem como atividade econômica.

Quadro 11 - Distribuição de capital no Momento T2 - Década 1970

Empresário	Walter Soares Ribas	Fernando Mascarenhas de Britto	Helena Lundgren
Origem do empresário	Fora de Alagoas		
Capital Social	Não foi encontrada informação sobre o estoque de capital social do empresário na cidade de Maceió	Alto estoque capital social, por suas relações comerciais nos diversos negócios do grupo na cidade, relações de amizades e parcerias comerciais com político e parentes de políticos	Não foi encontrada informação sobre o estoque de capital social da empresária na cidade de Maceió. No entanto, os gerentes do hotel sempre participaram de atividade do <i>trade</i> turístico da cidade.
Capital Tecnológico⁴⁶	Alto estoque de capital tecnológico, em razão de ser o empresário da maior rede hotéis da país no período.	Médio estoque. O hotel ainda tinha como público-alvo os mesmos dos hotéis do centro, um turismo de negócio. Porém ofertava produtos e serviços padronizados.	Alto estoque, em razão da especialização de gestão em hotelaria e turismo que trouxe a cidade.

⁴⁵ Antes de Helena Lundgren, Maceió teve Maria Pimenta como pioneira no restaurante e hospedaria da cidade, tendo um hotel como seu nome no centro da cidade entre os anos de 1892 a 1920 (BULGARELLI, 2012).

⁴⁶ Capital tecnológico é aquele que por meio de um conjunto de técnicas, habilidades, métodos e processos são usados na produção de bens ou serviços.

Capital Econômico	Atuava em atividade de agronegócio, sendo reconhecido pela criação de cavalos.	O grupo Irmãos Britto era um grupo comercial que tinha atividades econômicas em turismo, agropecuária, distribuição de alimentos, varejo local e representação comercial.	Herdeira do grupo Casa pernambucanas que chegou a ter aproximadamente 1000 loja no país na década 1970.
--------------------------	--	---	---

Fonte: Elaborado pelo Autor

Tendo como base o Quadro 11, a distribuição de capital na década de 1970 determina a transformação na estrutura do campo, e os hotéis inaugurados no período têm como elemento de distinção a sua localização, a orla da cidade, dois na Praia da Avenida e um na Praia da Jatiúca, além de serem hotéis que traziam a modernidade e profissionalização da hotelaria à cidade. Se diferenciando assim daqueles do Momento T1, com destaque a três fatores: a estrutura física moderna e de grande porte, como visto na descrição dos empreendimentos, a gestão do empreendimento, pois o Hotel Luxor de Alagoas e Hotel Alteza Jatiúca eram gerenciados por especialistas em hotelaria, enquanto o Hotel Beira-Mar contava com a expertise dos proprietários em outros negócios, o capital tecnológico que permitiu a emergência de um potencial destino turístico de lazer, focando o empenho do hotel em turistas de lazer e não apenas em representantes comerciais.

Dessa forma, o campo da hotelaria na década de 1970 passa por uma estruturação. Os capitais acrescidos reconfiguraram o espaço social e tornam os empresários e hotéis que se destacaram no Momento T1, que foram dominados no campo em razão da inserção de investimentos financeiros externos a Alagoas no campo, a chegada de empresários com experiência e expertise no setor, além da reputação que esses trouxeram de outros campos para o da hotelaria, pois as disputas do campo estavam em torno da manutenção dos capitais que cada empresário trouxe de outros campos.

3.5.2 Década de 1980 – A expansão da hotelaria de Maceió

Na década de 1980 são inaugurados treze hotéis em Maceió, um aumento expressivo no número de empreendimentos na cidade e principalmente na ocupação da orla. Esse fato reforça a ideia de que o campo hoteleiro no momento T2 tinha, como na *citê* industrial, por homologia, uma dinâmica de especialização e aumento da produção, garantindo eficiência e eficácia nas atividades. Possibilitando a emergência de um turismo de massa e construção de um destino turístico e seus produtos. Para isso os agentes do campo se especializaram, agregaram valores aos seus negócios e em parceria desenvolvem o produto turístico Maceió.

No ano de 1980 são inaugurados cinco hotéis na orla da cidade, sendo: dois na praia da Ponta Verde (Hotel Ponta Verde e o Maceió Mar Hotel), um na Praia da Pajuçara (Hotel Verde Mar), um na Praia da Cruz das Almas (Matsubara Hotel) e um na Praia da Guaxuma (Gurguri Praia Hotel). Destacamos a presença da Rede Othon de Hotéis, que no período figurava entre as maiores redes de hotelaria da América Latina (PINHEIRO, 2002). Segundo o mesmo autor, o hotel em Maceió era administrado em forma de arrendamento⁴⁷, representando baixo risco para a rede. No entanto, o hotel não estava localizado na orla da cidade, ficando de fora do recorte dessa tese. No entanto, a presença da Rede Luxor e Othon na cidade especulavam o potencial turístico da cidade e colocava o subcampo hoteleiro de Maceió como um espaço de desafios para os hoteleiros locais, em virtude dos capitais que as redes traziam para o campo.

A hotelaria na década de 1980 foi marcada pela expansão na capacidade hoteleira da cidade, com destaque a modernização da hotelaria com empreendimentos de grande porte e destinado ao turismo de lazer, a presença de redes de hotéis nacionais, os investimentos externos no setor e a inserção de empresários alagoanos o campo. Esses elementos demandaram investimentos na construção do destino Maceió, com a promoção dos seus produtos turísticos, o que levou a uma turistificação dos bairros da Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca, que foram preparados para receber os turistas, além da oferta de passeios e outros atrativos turísticos.

O primeiro hotel inaugurado na década foi o Hotel Ponta Verde, que pertence à família Vasconcelos, propriedade que inicialmente era de Hélio de Castro Vasconcelos, que construiu e implantou o hotel junto com seu filho Mauro José do Monte Vasconcelos, e este atualmente divide a gestão do hotel com seus filhos (netos de Hélio Vasconcelos). No caso do Hotel Ponta Verde, a empresa pertence à família, no entanto, a gestão do negócio dá a cada participante um papel no gerenciamento. Esses empresários são participantes ativos das ABIH/AL e SHRBS, tendo participado inúmeras vezes da gestão desses órgãos, o que os leva a ter mais envolvimento com poder públicos e instituições estatais do turismo.

O empreendimento da família de Mauro Vasconcelos perpassa os demais momentos desta tese, pois o capital social “de dentro” do campo construído por eles, como a participação

⁴⁷ Arrendamento é um modelo contrato de cessão entre duas partes, onde um proprietário repassa seu bem para outra pessoa utilizar, mediante o pagamento de remuneração. O Arrendador: parte proprietária do bem arrendado, que cede os direitos de uso ao arrendatário (BRASIL, 1966).

nas associações de classe⁴⁸ e a representação em outros espaços sociais, possibilitou serem reconhecidos como hoteleiros na cidade, mesmo tendo outras atividades econômicas.

Neste momento iremos considerar as informações do empresário Mauro Vasconcelos, que tem formação superior e é alagoano. A origem familiar do hoteleiro garantiu a ele um capital social herdado do pai, que era um empresário da construção civil local. Em parceria com o seu pai, Mauro propôs a transformação de uma obra que seria um edifício residencial em um hotel na orla da Praia da Ponta Verde, sendo o primeiro hotel de grande porte inaugurado por alagoanos na orla da cidade e destinado ao turismo de lazer, diferente dos outros hotéis que estavam na orla da Praia da Avenida. O empresário afirma ter feito parcerias com outros empreendimentos (CAVALCANTE, [s.d.]) para divulgar o destino turístico Maceió em outros estados do país. Além da hotelaria, Mauro Vasconcelos tinha atividades econômicas em outros setores do *trade* turístico da cidade como restaurantes, agência de turismo para atividades internas no estado, dando destaque no campo.

A empresária e gestora Nair Matsubara trouxe a Maceió o primeiro hotel ranqueado com cinco estrelas da cidade. O Hotel Matsubara foi construído em sociedade com seu irmão Saburo Matsubara, que já tinha negócios no ramo educacional e Osasco-SP. A gestão do hotel Matsubara mostra o interesse de empresários de fora de Alagoas em investir na hotelaria em Maceió, considerando o potencial turístico da região, fato que motivou a vinda de outros investidores a cidade desde a década de 1970.

Nair Matsubara faz parte da colônia japonesa em Alagoas (HISTÓRIA DE ALAGOAS, 2018), e o hotel é o seu primeiro empreendimento. Na pesquisa foram encontradas informações detalhadas sobre a empresária. Porém a implantação do hotel no Bairro da Cruz da Almas evidencia a expansão da hotelaria da cidade para o litoral norte, fato que se consolida até os dias atuais.

O Maceió Mar Hotel, inaugurado no ano de 1989, era de propriedade do empresário Hélio Vasconcelos em parceria com seu filho Luiz Vasconcelos. O empresário Luiz Vasconcelos traz ao setor o estabelecimento da família Vasconcelos como a família do desenvolvimento do turismo e hotelaria de Maceió.

O empresário traz ao campo capitais de outros campos distintos em razão de suas atividades com a construção civil e, assim como o seu irmão, Mauro Vasconcelos, participa das

⁴⁸ Participação como presidente da ABIH/AL – Mauro Vasconcelos (2000-2001) e Mauro José Luna Vasconcelos (2014-2017) (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS DE ALAGOAS, [S.D.]) além de serem parte dos associados e/ou da diretoria da Associação.

associações de classe como a ABIH/AL e SHRBS, além de atividade em associações beneficentes.

Quadro 12 - Distribuição de capital no Momento T2 - Década 1980

Empresário	MAURO VASCONCELOS	NAIR MATSUBARA	LUÍS VASCONCELOS
Origem do empresário	Alagoas	São Paulo	Alagoas
Capital Social	Membro de associações e sindicatos do setor	Membro da ABIH/AL	Membro da ABIH/AL e SHRBS
Capital Educacional/Tecnológico	Tinha conhecimentos de gestão de empresas, porém não tinha experiência em hotelaria. Porém, buscou incluir o hotel no mercado da região	Tinha expertise em gestão hoteleira, adquirida no outro empreendimento.	Contava com a experiência adquirida com o Hotel Ponta Verde
Capital Econômico	Tem atividade econômicas na construção e civil, agência de viagem e restaurantes	Parte de um negócio familiar que tinha educação com principal área de atuação. No entanto, o hotel era o segundo da família.	Tem atividade econômicas na construção e civil

Fonte: Elabora pelo Autor.

A participação dos empresários da hotelaria na transformação do campo foi realizada através da representação do setor por meio da ABIH/AL junto ao setor público responsável pelo desenvolvimento do turismo, por meio da divulgação do produto Maceió e de seus empreendimentos. O fato de os empresários terem uma formação escolar superior e a presença de agentes com grande estoque de capital tecnológico no campo possibilitou que a hotelaria se estabelecesse como um setor econômico importante para o desenvolvimento da cidade.

O aumento do número de hotéis na década de 1980 trouxe a competição por hóspedes, o fato destacou o elemento de distinção dessa tese, a ocupação da orla. A disputa no campo estava em ser parte do produto turístico de Maceió, assim os hoteleiros articularam seus capitais para colocar seu empreendimento como parte da experiência em Maceió. Um exemplo disso são os eventos sociais que o Hotel Ponta Verde e Maceió Mar Hotel promoviam em períodos comemorativos e de férias.

Mais uma vez o capital social dos hoteleiros se destaca no campo, pois mesmo competindo com hotéis de redes nacionais e empresários com o capital econômico maior que o dos empresários locais se destaca no campo, por promover o produto turístico Maceió e promover ações em nome do setor hoteleiro. Em contrapartida, os empresários das redes

maiores atraíram agências de viagens nacionais, como a CVC, para o destino Maceió, contribuindo para a inserção de hotéis locais no portfólio das agências. Assim, ser parte do produto turístico era a disputa no campo daquele momento, remetendo como modelo da hotelaria da década de 1970 e colocando a hotelaria como agentes determinante para a hotelaria da Cidade.

3.5.3 Década de 1990 – A estagnação da hotelaria de Maceió

A década de 1990 é marcada pela modesta expansão do setor hoteleiro local se comparada a década anterior, pelo fechamento dos hotéis da Praia da Avenida e pelos primeiros passos para o turismo internacional. Mesmo com a crise econômica do final da década de 1980 e meados de 1990, Maceió ganhou dois hotéis internacionais: o Hotel Sol Meliá Maceió, pertencente a rede espanhola Sol Meliá Hotéis; Ibis Maceió Pajuçara e a rede italiana VentaClub arrendou o Village Pratagy Resort.

A chegada dos hotéis com bandeiras internacionais valorizou o produto turístico Maceió e trouxe o desafio de internacionalizar o turismo de Maceió, o que provocou uma mudança no campo hoteleiro. Agora não havia apenas os turistas nacionais no campo de visão do setor, mas turistas estrangeiros que existiam na cidade, porém não há informações se os hoteleiros visavam esse público, no sentido de fazer divulgação dos empreendimentos no exterior.

O perfil dos empresários na década de 1990, traz o desafio de preparar a hotelaria da cidade para turistas internacionais, pois o Village Pratagy Resort era arrendado para um grupo italiano, sendo gerenciado por um especialista; o Hotel Sol Meliá Maceió segue o mesmo direcionamento; o Ibis Maceió Pajuçara trouxe ao campo os empresários do agronegócio Denisson Flores e Cid Porto, que constroem o hotel com a bandeira Ibis, pertencente ao grupo Accor Hotels.

Os empresários Denisson Flores e Cid Porto eram reconhecidos pela sua atuação no agronegócio nos estados de Alagoas, Pernambuco e Bahia. Cid Porto, alagoano, que tinha atividades econômicas como o aluguel de imóveis e fazenda em Alagoas, deixa a sociedade do Hotel no início dos anos 2000, nos levando a focar no empresário Denisson Flores, que é o proprietário do hotel até o ano de 2019, ano final do recorte desta tese.

O empresário Fernando Amorim, construtor e proprietário do Village Pratagy Resort, na Praia da Sereia, se diferencia dos demais hoteleiros apresentados até o momento, pois ele assumiu função pública, foi presidente da EMATUR nos anos 1990 – 1991. No entanto, é

reconhecido socialmente como engenheiro e proprietário da Ativa Construções, empresa responsável por alguns hotéis e edifícios em Maceió. O empresário construiu e foi gestor do Hotel Enseada na Praia da Pajuçara em meados da década de 1980.

O empresário alagoano construiu o primeiro resort pé na areia da cidade, diferente do Hotel Alteza Jatiúca, que nasce como hotel, mas em razão das mudanças da hotelaria na década de 1990 e na primeira década dos anos 2000, o hotel perde notoriedade e faz investimentos, se transformando em um resort urbano em meados de 2012, quando se preparou para a Copa do Mundo de Futebol da Fifa que foi realizada no Brasil em 2014 (KUTUCHIAN, 2015). A construção do Village Pratagy Resort agrega a hotelaria nos negócios do construtor, no entanto, ele arrenda o empreendimento ao grupo italiano VentaClub que focou na vinda de turistas italianos para Maceió.

O empresário espanhol Gabriel Escarrer Juliá inaugurou a unidade Hotel Sol Meliá Maceió como uma forma de aceno ao mercado de investimentos sobre a expansão da atuação da empresa na América Latina (ÁLVAREZ, CARDOZA E DÍAZ, 2005), porém, a gestão do empreendimento ficou com Alfredo Rebelo, que adquire o hotel na década seguinte.

QUADRO 13 - Distribuição de capital no Momento T2 – Década 1990

Empresário	Denisson Flores	Gabriel Escarrer Juliá	Fernando Amorim
Origem do empresário	Alagoas	Espanha	Alagoas
Capital Social	Reconhecido empresário do setor sucroalcooleiro	Sem capital social local, porém traz o capital das redes internacionais que ele participa.	Membro da ABIH/AL, reconhecido construtor da cidade, tem relações com político locais. Foi presidente da EMATUR possibilitando mais proximidade com políticas públicas para hotelaria.
Capital Educacional/ Tecnológico	O empresário tem baixo capital tecnológico na hotelaria. Porém a bandeira da Accor Hotels, dá ao empreendimento o capital necessário para a inserção do hotel no turismo local.	Alto estoque de capital. Podendo ser visto nas construções do hotel e serviços ofertados.	Contava com a experiência com a gestão do Hotel Enseada
Capital Econômico	Tem atividade econômicas no agronegócio, sendo referência em desenvolvimento no setor.	Hoteleiro, proprietário da maior rede de hotel da Espanha e com rede em expansão na Europa e América Latina.	Tem atividade econômicas na construção e civil.

Fonte: Elaborado pelo autor

Os empresários do momento T2 tem em comum a capacitação em gerenciamento de empresas (Capital educacional e tecnológico), mesmo sendo empresas gerida por familiares há uma divisão no gerenciamento delas, os empresários desse momento se organizaram em prol da divulgação do destino Maceió através da ABIH/AL (Capital social) e levam a ideia de que o turismo é uma alternativa a economia do estado de Alagoas ao poder público e cobram contrapartidas e maior atenção do Estado e do Município para a hotelaria e turismo. O perfil dos empresários do T2 contribuiu para profissionalização e estabilização da hotelaria na cidade.

CAPÍTULO IV - MOMENTO T3: A CONSOLIDAÇÃO DA HOTELARIA EM MACEIÓ (2001-2020)

O terceiro momento analítico desta tese, o T3, se refere aos primeiros 20 anos do Século XXI, quando a atividade turística aumentou em Alagoas, como mostra o aumento no fluxo de passageiros e de redes hoteleiras no estado (Quadros 14 e 15). O número de desembarques de passageiros no Aeroporto Zumbi dos Palmares saltou de 304 mil em 2000, para 1,05 milhão em 2019 (Quadro 14). Sob a pressão da demanda do turismo nacional, o número de hotéis aumentou continuamente. Em 2007, o número de meios de hospedagem cadastrados no CadasTur era de 50 unidades de hospedagem e alojamento, em 2020 esse número mais do que dobra, chegando a 131 unidades de hospedagem (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020).

Quadro 14 - Desembarques de passageiros no Aeroporto Zumbi dos Palmares 2000 a 2019

ANO	Nº DE PASSAGEIROS DESEMBARCADOS	%
2000	304.472	0
2001	303.604	-0,29%
2002	281.032	-7,43%
2003	265.976	-5,36%
2004	319.301	20,05%
2005	391.390	22,58%
2006	431.139	10,16%
2007	456.552	5,89%
2008	473.995	3,82%
2009	550.882	16,22%
2010	698.288	26,76%
2011	765.273	9,59%
2012	848.409	10,86%
2013	943.834	11,25%
2014	947.198	0,36%
2015	990.261	4,55%
2016	994.524	0,43%
2017	1.025.653	3,13%
2018	1.039.258	1,33%
2019	1.052.152	1,24%

Fonte: ALAGOAS, 2002, 2003, 2013, 2016, 2017, 2004, 2005, 2007b; a, 2008, 2010, 2011, 2012; INFRAERO, 2020 – Elaboração do autor.

No período de 2000 a 2019 Maceió se consolidou como destino turístico no Nordeste, em razão da crescente procura de turistas pela cidade e pelos investimentos recebidos no setor turístico, com destaque para a hotelaria.

Houve um aumento de aproximadamente 150% em empreendimentos de hospedagem e de 381% no número de leitos (Quadro 15). O crescimento na oferta de serviço de alojamento vem acompanhado de melhoria na estrutura urbana da orla da cidade (MELO, 2017), corroborando com a consolidação do destino “Alagoas” que tem Maceió como porta de entrada.

Quadro 15- Quantidade de Hotéis e U.H. de 2007 a 2020

ANO	HOTEL	U.H	%
2007	34	2.169	
2008	50	3.584	0,47
2009	50	3.774	0,00
2010	59	4.311	0,18
2011	57	4.216	-0,03
2012	67	5.332	0,18
2013	75	5.317	0,12
2014	72	5.276	-0,04
2015	71	5.227	-0,01
2016	74	5.258	0,04
2017	81	5.504	0,09
2018	119	7.625	0,47
2019	124	7.765	0,04
2020	131	8.257	0,06

Fonte: MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020 – Elaborado pelo Autor

Nas duas décadas destacadas no Momento T3, a orla marítima de Maceió recebeu investimentos em infraestrutura, como a reurbanização do calçadão da orla marítima a partir do Bairro do Jaraguá até o Bairro da Cruz das Almas, recebendo ciclovia, estacionamentos, barracas e outras melhorias no ano de 2009 (NIEMEYER, 2009); no ano de 2019 foi finalizada a construção da rodovia AL-101 Norte, que liga o bairro da Cruz da Almas ao bairro Jacarecica, a renovação da sinalização turística, implantação de estátuas de alagoanos como Graciliano Ramos, Aurélio Buarque de Holanda e Nise da Silveira no calçadão da orla da cidade (GAZETA DE ALAGOAS, 2019), formando a via litorânea que liga todas as praias urbanas de Maceió, da praia do Sobral a praia de Jacarecica (Figura 02)⁴⁹. No ano de 2005, as obras de revitalização do bairro histórico do Jaraguá, financiadas pelo Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo do Nordeste (PRODETUR-NE) (VASCONCELOS, 2005) foram

⁴⁹ Destaque para o desenho da via AL-101, que no perímetro urbano de Maceió recebe o nome de via litorânea.

finalizadas. Nelas foi investido o valor de US\$ 44 milhões⁵⁰ e foram assegurados recursos para criação de novas áreas turísticas, resgate do patrimônio histórico/arquitetônico do bairro, além de outros objetivos de cunho social e ecológico (COSTA, 1998). Houve também a inauguração do Centro de Convenções Ruth Cardoso, dando a cidade um espaço direcionado exclusivamente para eventos. Os investimentos em melhoria da infraestrutura da cidade e da orla marítima possibilitaram que Maceió apresentasse outro panorama para o turismo e desenvolvimento da hotelaria. Os hoteleiros ampliam a presença de hotéis na orla da cidade e há uma aproximação entre os donos de hotéis e o poder público, a partir da participação deste grupo em conselhos que demandam políticas públicas para o desenvolvimento do turismo.

É neste contexto que apresento a história dos hotéis e hoteleiros do momento T3, que divido em duas subseções: na primeira descrevo os hotéis, considerando as redes hoteleiras que se estabeleceram em Maceió no momento T2 e que ampliaram sua participação na hotelaria da cidade a partir da atuação dos filhos dos hoteleiros desse momento, que passaram a compor o grupo de hoteleiros no Momento T3, identificando os locais e os *outsiders*. Na segunda, sintetizo as características gerais dos hoteleiros neste momento T3.

3.1 Os anos 2000 e a atualização da estrutura hoteleira da cidade

Entre os anos 2000 a 2019 houve uma expansão do serviço de alojamento em Maceió. A estrutura hoteleira da cidade redimensiona a ocupação da orla, que sai do centro da cidade e segue para os cobiçados bairros mais distantes do mesmo, hoje considerados como o polo hoteleiro e turístico da cidade (Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca), passando a ocupar também os bairros de Ipioca, Garça Torta e Riacho Doce. O valor médio do metro quadrado nos bairros de Guaxuma, Pajuçara, Riacho Doce, Garça Torta, Jacarecica, Jatiúca, Mangabeiras e Ponta Verde (litoral norte) tem o valor médio de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), enquanto bairros da cidade tem o valor médio abaixo de R\$ 4.700,00 (quatro mil e setecentos reais) (AGENDA A, 2018). Assim, quem são os hoteleiros responsáveis pela ocupação do litoral mais valorizado de Maceió?

Para responder esta pergunta, na tabela a seguir apresento os 49 hotéis mapeados para o momento T3, dos quais destaco em negrito os hotéis que estão localizados na orla, à beira-mar.

⁵⁰ O valor do investimento tem como base o subempréstimo assinado pela Prefeitura de Maceió e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) (UEM/PNM, 1996 apud COSTA, 1998)

Quadro 16 - Hotéis de 2000 a 2019

HOTEL	INÍCIO DA OPERAÇÃO	BAIRRO	REDE	PROPRIETÁRIO
RITZ LAGOA DA ANTA	2001	Cruz das Almas	Ritz Hotéis	MARCIO AUGUSTO GOMES COELHO
CAIS DA PRAIA HOTEL	2002	Jatiúca		EDITH CAROLINA NOGUEIRA DOS ANJOS
HOTEL PRAIA BONITA PAJUÇARA	2002	Pajuçara	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO
PORTO MAR HOTEL	2002	Jatiúca		MARLENE MAYER MARTINS
HOTEL ESCUNA PRAIA	2003	Mangabeiras		ANA MARIA LEITAO MENDES
REYMAR EXPRESS	2003	Cruz das Almas		REYNALDO AMORIM MALTA
AJUÇARA PRAIA HOTEL	2004	Pajuçara	Grupo Pajuçara	ANA SOFIA SARMENTO PEDROSA NOGUEIRA DE LIMA
HOTEL PALMANOVA	2005	Cruz das Almas		GIOVANNI MUCELLI
PRATAGY BEACH - WYNDHAM	2005	Pescaria	GBA Administradora de Hotel LTDA.	BERNARDO MALTA DE AMORIM
PAJUÇARA HOTEL EXPRESS	2006	Pajuçara		BERNARDINO NOGUEIRA DE LIMA FILHO
LAGOA MAR INN	2007	Ponta Verde		MARCOS THADEU DE QUEIROZ FERREIRA
MACEIÓ ATLANTIC SUITES	2007	Jatiúca		Alfredo Antonio Cesar Rebelo
RITZ CORALLI HOTEL	2007	Ponta Verde	Ritz Hoteis	DARCILIA GOMES BRUNO COELHO
SETE COQUEIROS HOTEL MACEIÓ	2007	Pajuçara	GJP Hotels & Resorts	Guilherme de Jesus Paulus / WALDIR DUARTE SANTOS
TROPICALIS HOTEL	2007	Ponta Verde	Tropicalis Hotéis	GLENIO VASCONCELOS CEDRIM
ATLANTICO HOTEL	2008	Riacho Doce		ALBERTO MARIA BESACCHI
HOLIDAY INN EXPRESS MACEIO - PONTA VERDE	2008	Ponta Verde	Intercontinental Hotels Group	CRISTOVAO APARECIDO FERREIRA
HOTEL BRISA TOWER	2008	Jatiúca	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO
HOTEL PORTO MACEIÓ	2008	Ponta Verde		ANA MARIA DE PAIVA VASCO
RADISSON HOTEL (Fechado)	2008	Pajuçara	Atlântica Hotels International	EDUARDO BRANDAO TAVARES
RITZ SUITES HOME SERVICE	2008	Cruz das Almas	Ritz Hoteis	MARCIO AUGUSTO GOMES COELHO
SAINT PATRICK PRAIA HOTEL	2008			ANDRE GEORGES CHAMBRES
Salinas Maceió	2008	Ipioca	Amaranrte Hospitalidade	MARCIO DE VASCONCELOS SILVA 002.099.024-34
ÁGUA DE COCO HOTEL	2009	Cruz das Almas		VITOR ROBSON DE PAULA BORGES
BEST WESTERN PREMIER MACEIÓ	2009	Pajuçara	Intercontinental Hotels Group	EDUARDO BRANDAO TAVARES

HOTEL D'ANATUREZA	2009	Ipioca		DIANA NELIDA ZAZZETTA
HOTEL PRAIA BONITA JANGADEIROS	2009	Pajuçara	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO
SLIM TROPICALIS HOTEL	2009	Pajuçara	Tropicalis Hotéis	GLENIO VASCONCELOS CEDRIM
HOTEL BRISA SUITES	2010	Pajuçara	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO
MARINAS MACEIÓ HOTEL	2010	Jatiúca		ELIONALDO MAURICIO MAGALHAES MORAES
HOTEL BRISA MAR	2011	Pajuçara	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO
HOTEL MERCURE MACEIÓ PAJUÇARA	2011	Pajuçara	Accor Hotels	Andre Toledo de Albuquerque
HOTEL MERIDIANO	2012	Pajuçara		LUIZ PEREIRA MARTINS PIRES
MACEIÓ PALACE HOTEL	2012	Centro		DANYELLE GYSELLE SOARES DE ALMEIDA
PORTO KAETE HOTEL	2012	Jatiúca		ANA MARIA DE PAIVA VASCO
ACQUA SUITES	2013	Pajuçara	Maceió Mar Empreendimentos	ADRIANA VASCONCELOS COUTINHO
EXPRESSO R1	2013	Jatiúca		FLAVIO SABINO DE OLIVEIRA PEREIRA
HOTEL PRAIA BONITA JATIÚCA	2013	Jatiúca	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO
HOTEL REFÚGIO MACEIÓ	2013	Ponta da Terra		MAURICIO VIANA DA MOTA
AMENIT HOTEL	2015	Pajuçara		IZABEL ANDRADE MOURAO
ARAM OURO BRANCO HOTEL	2015	Pajuçara	Aram Hotéis	MANOEL ANDRADE LIMA FILHO
FLIX HOTEL	2015	Jatiúca		THOMAZ CAVALCANTE ALMEIDA LINS SILVA
HOTEL SOFTINN MACEIÓ PONTA VERDE	2017	Ponta Verde	Louvre Group Hotels	
INTERCITY MACEIÓ	2017	Ponta Verde	Intercity Hotels	VITOR INDA POLITO
JATIÚCA SUITES RESORT BY SLAVIERO HOTÉIS	2017	Jatiúca	Slaviero Hotéis	Eduardo Slaviero Campos
SAINT PATRICK PONTA VERDE	2017	Ponta Verde		ANDRE GEORGES CHAMBRES
WAVE SUITES	2017	Jatiúca		LUIZA LOUREIRO BRASILEIRO
COMFORT HOTEL	2018	Ponta Verde	Atlantica Hotels	RICARDO BLUVOL
HAPPY PAJUCARA	2018	Pajuçara	Happy Hoteis	ENRICO FERREIRA FONTES

Fonte: Elaboração do autor com base nos dados de pesquisa de Melo (2017), Bulgarelli (2012), MINISTÉRIO DO TURISMO (2020). Hotéis em negrito estão localizados na beira-mar.

O momento T3 tem como marco a ocupação da orla marítima da cidade por mais hotéis, que se concentram do bairro da Pajuçara ao bairro de Ipioca, ocupando quase todos os bairros litorâneos da cidade. Com o aumento do número de hotéis houve mudanças nas

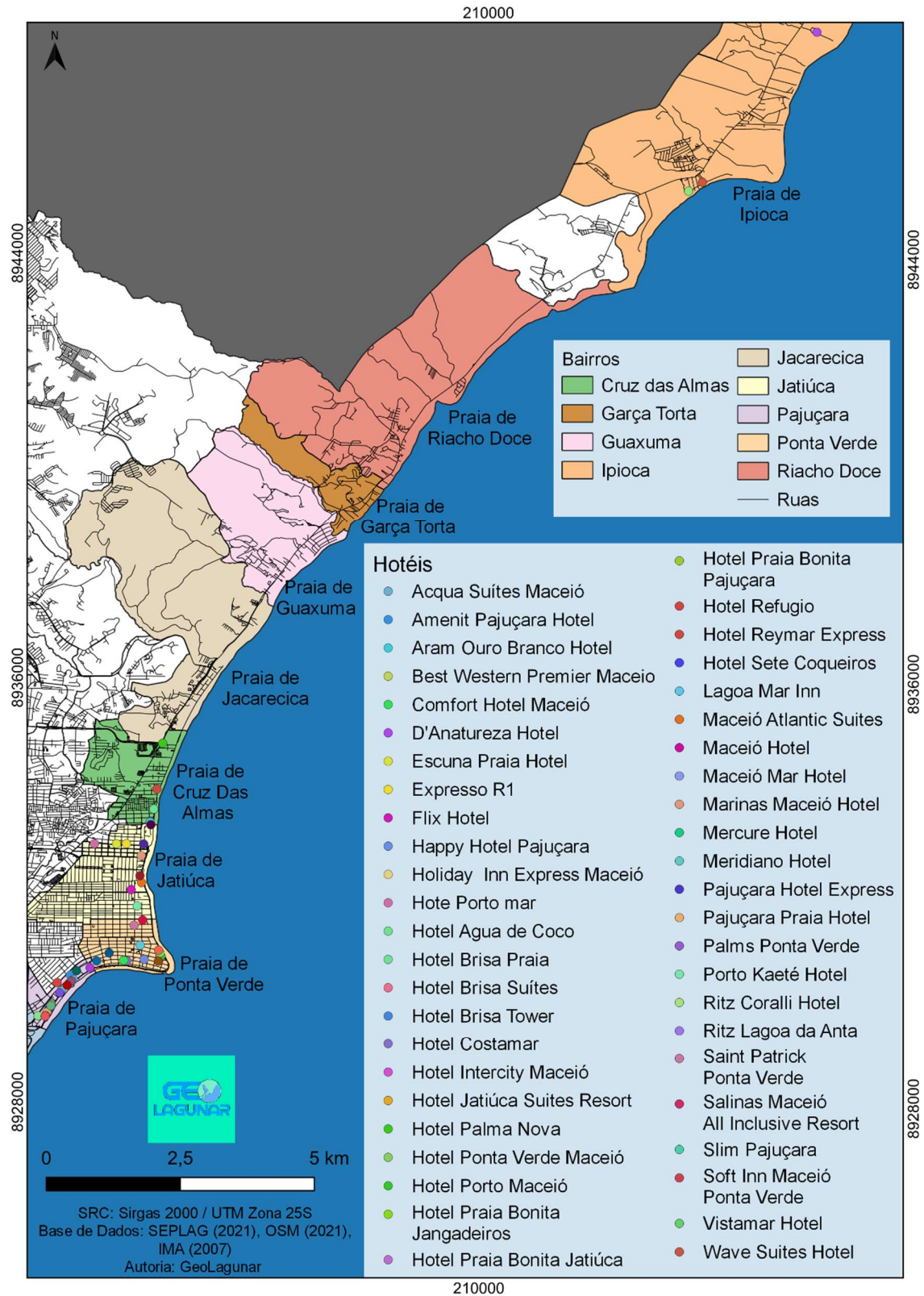
dinâmicas da hotelaria da cidade, pois os hoteleiros locais concentraram seus investimentos na criação e/ou expansão de suas marcas através da construção e aquisição de hotéis, além de outros empreendimentos que compõem os grupos empresariais, como imobiliárias, construtoras, empresas de prestação de serviços entre outras.

A consolidação de Maceió como um dos principais destinos do Nordeste do Brasil, trouxe mudanças ao campo da hotelaria de Maceió como a inclusão da cidade no catálogo de opções para as redes internacionais e nacionais, que passam a construir ou adquirir hotéis na cidade. Com a chegadas desses *outsiders*, os agentes locais reagem e passam a ocupar a orla da cidade com seus empreendimentos, demarcando a orla marítima de Maceió como um espaço da hotelaria local, enquanto a maioria dos empreendimentos de redes nacionais e internacionais ocupam os espaços internos dos bairros turísticos. Esse argumento pode ser verificado na distribuição dos grupos na ocupação da orla. Dos 28 hotéis que ocupam o litoral maceioense, temos três hotéis de redes nacionais, cinco empreendimentos de redes internacionais, onze de grupos empresariais locais e nove empreendimentos de empresários individuais. Existem estudos na área de gestão do turismo que buscam comprovar como o quarto de hotel com vista para o mar é mais valorizado em cidades litorâneas do mediterrâneo (FLEISCHER, 2012) e na Grécia (LATINOPOULOS, 2018), e no caso de Maceió, em uma pesquisa no *sites* de reservas de hotéis⁵¹ e no *sites* dos hotéis⁵², identificamos a mesma lógica. Essa tendência de valorização da vista para o mar pode ser um fator de atribuição de prestígio e capital simbólico para os hoteleiros defronte à orla.

⁵¹ Os *sites* visitados foram <https://www.trivago.com.br/>, <https://www.booking.com/> e <https://www.kayak.com.br/> nos dias 04 e 05 de novembro de 2021.

⁵² Os *sites* de hotéis visitados foram os do Hotel Ponta Verde, Best Western Premier Maceió, Hotel Mercure e Ritz Lagoa da Anta.

FIGURA 23 - DISTRIBUIÇÃO DE HOTÉIS NA ORLA DE MACEIÓ NO MOMENTO T3



Fonte: GeoLagunar, feito com base nos dados da pesquisa.

3.1.1 Grupo Ritz Hotel

A rede de hotéis Ritz⁵³ chegou em Maceió na década de 1990, com a inauguração do Ritz Praia Hotel Maceió. A rede é de propriedade do empresário mineiro César Bruno Coelho, que trabalhou no Hotel Ritz de Lisboa, onde aprendeu os padrões de qualidade implantados por César Ritz⁵⁴ na sua rede hoteleira na Europa (HOTEL RITZ LAGOA DA ANTA, [s.d.])

No ano de 1990, o hoteleiro Márcio Coelho, filho de César Coelho, foi designado por seu pai para gerenciar o primeiro empreendimento da rede em Maceió. Desde então, reside e desenvolve suas atividades econômicas na cidade, participando da construção do destino turístico Maceió como presidente da ABIH-AL e do Maceió *Convention & Visitors Bureau* (MC&VB) na gestão de 2004 a 2005 (HOTELIERNEWS, 2004).

Os Hotéis Ritz têm cinco empreendimentos na cidade para hospedagem e alojamento, dos quais dois estão na orla marítima de Maceió, Ritz Lagoa da Anta e o Ritz Suítes, inaugurados em 2001 e 2008, respectivamente. Os demais hotéis da rede são localizados na região interna do bairro da Ponta Verde. Entre os empreendimentos sob a gestão de Márcio Coelho destaco o Ritz Lagoa da Anta, que foi ranqueado como hotel 5 estrelas, e o Ritz Coralli Hotel, que foi o primeiro hotel boutique de Maceió (TURISMO&NEGÓCIO, [s.d.]). No total, a rede oferta 1.849 leitos (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020).

Para a prosopografia que realizo nesta tese, o representante que se destaca na rede é o hoteleiro Marcio Coelho, formado em Engenharia Civil com especialização em Hotelaria, que desenvolve esta atividade desde a década de 1990. Ele se apresenta como um *self-made man* pois afirma em uma reportagem que nasceu “no ramo e começou a trabalhar com serviços gerais até chegar a gerente” (HOTELIERNEWS, 2011).

3.1.2 Grupo Brisa Hotéis

O grupo Brisa Hotéis pertence à família Nogueira Gatto, família pioneira na hotelaria de Maceió e que tem desenvolvido atividades no ramo de hospedagem desde a década de 1960, quando operou o Hotel Beiriz (Momento T1) e o Hotel Costamar (momento T2). Nos anos 2000, o grupo expandiu os empreendimentos, inaugurando os hotéis: Hotel Praia Bonita Pajuçara (2002); Hotel Brisa Tower (2008); Hotel Praia Bonita Jangadeiros (2009); Hotel Brisa Suítes (2010); Hotel Brisa Mar (2011) e Hotel Praia Bonita Jatiúca (2013), totalizando aproximadamente 1.016 leitos (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020).

⁵³ A rede Ritz é brasileira e não tem relação direta com os hotéis e resorts de luxo da rede americana Ritz -Carlton

⁵⁴ César Ritz (1850-1918) foi um hoteleiro suíço que fundou os hotéis Ritz em Portugal e na França, e é considerado o pai da hotelaria moderna porque criou o conceito de hotel de serviço completo e personalizado.

O Brisa Hotéis é gerenciado pelo hoteleiro Carlos Gatto, que tem atuado na hotelaria desde o início de suas atividades profissionais. O hoteleiro já ajudava seu pai no gerenciamento do Hotel Beiriz (Momento T1), além de ter uma pousada no bairro da Ponta Verde na década de 1980, de acordo com a Entrevista 1. Formado em medicina, porém com ampla experiência em hotelaria, pois desde 1980 o agente está envolvido com empreendimentos de alojamento, o herdeiro do Hotel Beiriz, em parceria com seus familiares, construiu a maior rede de hotéis de alagoanos em Maceió, contando com seis hotéis que ocupam a orla marítima da cidade, como pode ser visto no quadro 16 (p. 104).

A família Nogueira Gatto participou de forma efetiva na construção do turismo e da hotelaria de Maceió. Carlos Nogueira foi responsável por trazer o modelo de hotelaria profissional com o Hotel Beriz no centro da Cidade; o seu sucessor, Ismar Gatto, médico e professor, assume o Hotel Beiriz na década de 1980 e mantém as atividades de seu sogro, sendo, ele, o primeiro empresário da hotelaria a assumir uma função pública, pois foi presidente da Ematur nos anos de 1977 a 1978 (ver Quadro 6. p. 66). O mesmo aconteceu com Carlos Gatto, que foi secretário de turismo do município de Maceió de 2005 a 2006. A participação desses agentes em cargos políticos é uma exceção que identificamos na pesquisa, pois grande parte dos hoteleiros pesquisados não participam de forma direta ou ocupam cargos na gestão pública local.

3.1.3 Salinas Maceió Beach Resort – Amarantes Hospitalidades

O Salinas Maceió Beach Resort foi inaugurado no ano de 2008 (SCHROEDER, 2008). O resort fica localizado na Praia de Ipioca, ao norte da cidade de Maceió. O início do funcionamento do empreendimento marcou o avanço do Grupo Salinas no Estado de Alagoas⁵⁵.

O Grupo Salinas foi fundado pelo empresário Márcio Vasconcellos, pernambucano e ex-oficial do Exército Brasileiro. Ao conhecer a cidade de Maragogi, fronteira entre Alagoas e Pernambuco, construiu o destino Maragogi como ele mesmo diz em entrevista: “Não existia ainda o destino Maragogi. Quando imaginei construir um hotel aqui, a ideia partiu de minhas andanças pelo mundo e vendo que nossa praia é uma praia de qualidade, excepcional” (REVISTA TURISMO&NEGÓCIO, [s.d.]). O pioneirismo de Márcio Vasconcellos em Maragogi o levou a fazer investimentos em Resorts na orla de Alagoas, com destaque para o Salinas Maceió Beach Resort, que ocupa uma região da Praia de Ipioca, local que tem passado

⁵⁵ O grupo tem o Salinas Resort Maragogi, que está em funcionamento desde 1990, sendo o pioneiro no interior de Alagoas (REVISTA TURISMO&NEGÓCIO, [s.d.]). No ano de 2014 o resort ficou entre os 15 melhores resorts do mundo na lista da Traveler's Choice 2014 (CHUVA, 2014).

por uma expansão hoteleira e imobiliária. A ocupação inédita dessa região pelo Salinas marca a ocupação da hotelaria por todo o litoral da cidade de Maceió.

O Grupo Salinas passou por um ajuste administrativo no ano de 2015 e passou a se chamar Amarantes Hospitalidade, e tem como CEO Mário Vasconcellos, filho de Márcio Vasconcellos. A mudança permitiu que os empreendimentos do grupo fossem partilhados, juridicamente, em ações e distribuídas para membros da família, constituindo a Amarantes Hospitalidade, que tem a natureza jurídica de uma sociedade empresarial limitada, pertencendo a uma *Holding*⁵⁶, de Mário Vasconcellos e Sergio Lins de Oliveira Filho⁵⁷.

FIGURA 24 - SALINA MACEIÓ ALL RESORT



Fonte: Tripadvisor, 2021⁵⁸

⁵⁶ As *holdings* são empresas cuja atividade principal é deter participação acionária em uma ou mais empresas, ou seja, ela detém a maioria das ações de outras empresas e controla sua administração e suas políticas. No caso da Amarante Hospitalidade, a MV4 Participações S.A. é a *holding* que tem parte das ações do grupo e tem entre os sócios Márcio Vasconcellos.

⁵⁷ Dados coletados no site da Receita Federal. Disponível em: < http://servicos.receita.fazenda.gov.br/Servicos/cnpjreva/Cnpjreva_qsa.asp >. Acessado em 10 de jan. 2022.

⁵⁸ Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g303216-d1239492-Reviews-Salinas_Maceio_All_Inclusive_Resort-Maceio_State_of_Alagoas.html. Acessado em: 10 jan 2022.

3.1.4 Maceió Mar Empreendimentos Hotéis – MME Hotéis e Hotéis Ponta Verde

O Maceió Mar Empreendimentos pertence à família Vasconcelos, proprietária do Maceió Mar Hotel. A família tem tradição na hotelaria e construção civil em Maceió. O primeiro Hotel da família foi o Hotel Ponta Verde, construído no início dos anos 1980 pelo patriarca Hélio Vasconcelos e administrado pelo Mauro Vasconcelos, seu filho. Em 1989, o patriarca inaugura o Maceió Mar Hotel, ao lado do Hotel Ponta Verde, mas este é administrado pelo seu outro filho, Luiz Vasconcelos. Ambos os hotéis têm como mentor o Sr. Hélio Vasconcelos, patriarca da família que iniciou os negócios no ramo de alojamentos.

Com o falecimento de Hélio Vasconcelos em 1990, os empreendimentos Hotel Ponta Verde e Maceió Mar passam a ser de propriedade de seus filhos Mauro Vasconcelos e Luiz Vasconcelos, respectivamente. A divisão gerou dois grupos de hotéis em Maceió, o Maceió Mar Hotel e Hotéis Ponta Verde, que são estabelecidos no período do Momento T3 desta Tese.

Os Hotéis Ponta Verde têm uma unidade hoteleira em Maceió, já apresentada no Momento T2, e outra na Praia do Francês, na cidade de Marechal Deodoro, no litoral sul de Alagoas. O grupo é administrado pela terceira geração da família Vasconcelos, Mauro José Luna Vasconcelos (Maurinho Vasconcelos) e Ana Laura Luna Vasconcelos de Paula Eduardo. Ambos têm formação na área de gestão e hotelaria.

Os hoteleiros Mauro Vasconcelos e Maurinho Vasconcelos foram presidentes da ABIH/AL, período de 2000 a 2001 e de 2014 a 2017, respectivamente (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS DE ALAGOAS, [s.d.]). No período de gestão de Maurinho Vasconcelos a ABIH/AL teve convênio firmado com a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e do Turismo de Alagoas (SEDETUR/AL) para “conjugação de esforços para a promoção e divulgação do Estado de Alagoas no cenário regional, nacional e internacional, visando o aumento do fluxo e a permanência do turista” (SECRETARIA DE ESTADO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E DO TURISMO DE ALAGOAS, 2017).

As atividades desenvolvidas pelos hoteleiros dos Hotéis Ponta Verde percorrem os Momentos T2 e T3 desta tese, e o envolvimento desses agentes com o desenvolvimento do destino turístico de Maceió dá a eles o reconhecimento social como hoteleiros da cidade. Esse dado sobre a reputação destes agentes foi obtido quando, em conversas sobre o objeto da minha tese, era recorrente que algumas pessoas da cidade mencionassem os nomes destes hoteleiros como referências para minha pesquisa, e sempre sugeriam que eu devia buscar entrevistá-los.

A outra rede que pertence à família Vasconcelos é a Maceió Mar Empreendimentos (MME Hotéis), que é composto por empresas que atuam em negócios de construção civil,

investimentos imobiliários e hotelaria. O grupo MME é gerenciado por Milton Hênio Neto de Gouveia Vasconcelos e Adriana Vasconcelos, que compartilham a gestão dos negócios do grupo desde 2013, quando o MME Hotéis ampliou sua atuação com o início das obras do Hotel Acqua Suítes, inaugurado em 2016 na orla do bairro da Pajuçara com a presença do Ministro do Turismo Max Beltrão (Menezes, 2016). A inauguração do empreendimento marcou a presença dos herdeiros de Hélio Vasconcelos e Luiz Vasconcelos no mercado hoteleiro da cidade.

A hoteleira Adriana Vasconcelos é, atualmente, a responsável pela gestão dos hotéis do grupo em Maceió. Ela tem formação em gestão e especialização de hotelaria pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Assim como o outro grupo da família, o MME Hotéis é administrado pela terceira geração da família. No caso deste grupo, eles desenvolvem atividades na hotelaria desde 1990, com a inauguração do Maceió Mar Hotel, o primeiro a ter uma fachada em vidro que permitia vista da orla da praia de Ponta Verde, agregando a vista da praia ao seu negócio.

As duas redes da família Vasconcelos têm alto capital simbólico para cidade pelo fato de seu construtor, Hélio Vasconcelos, ser pioneiro nas construções de edifícios no bairro da Ponta Verde, além de ser um maceioense que investiu na hotelaria na orla da cidade desde os anos 1980, ou seja, ainda no início da construção do destino turístico. Além disto, Hélio Vasconcelos aumentava o seu capital simbólico ao realizar festividades tradicionais para as famílias abastadas da cidade, como o café da manhã do Pinto da Madrugada⁵⁹ e o réveillon na orla da Ponta Verde. O conjunto de ações desenvolvidas pelos hoteleiros do grupo garantiu a eles o marco de referência na hotelaria da cidade, porque conseguiram converter seus capitais econômicos e sociais em capital simbólico no campo hoteleiro de Maceió.

3.1.5 Redes internacionais

A orla de Maceió tem 27 hotéis, entre eles quatro de redes internacionais. São eles: Ibis Maceió Pajuçara, Mercure Hotel da rede Accor Hotels, e o Best Western Premier Maceió da rede Intercontinental Hotels Group, ambos na orla da praia da Pajuçara.

O Mercure Hotel é uma marca do grupo Accor Hotels⁶⁰. Em Maceió, ele pertence ao empresário André Toledo de Albuquerque e um grupo de sócios. O empresário é alagoano e tem vários empreendimentos no estado, mas destaca-se por suas atividades na construção civil

⁵⁹ Pinto da Madrugada é um bloco carnavalesco maceioense composto, majoritariamente, por moradores do bairro da Ponta Verde e da Jatiúca, que sempre desfila no sábado das prévias de carnaval da cidade.

⁶⁰ AccorHotels é uma empresa multinacional francesa do ramo hoteleiro, incluindo atividades em agências de viagens, spas e gestão de cassinos. É um dos maiores grupos hoteleiros do mundo segundo a revista Forbes. (HALAH TOURYALAI, 2019).

e pela sua origem econômica no agronegócio, sendo a hotelaria mais uma das atividades desenvolvidas no portfólio do empresário.

O Best Western Premier Maceió foi inaugurado no ano de 2016, quando houve a conversão do Radisson Hotel Maceió para a sua bandeira atual (VIEIRA, 2016). O Hotel iniciou sua atividade sob a bandeira do Radisson Hotel em 2008 (CADA MINUTO, 2009). Com a mudança de bandeira foi investido no valor de R\$ 1,5 milhões para essa mudança (VIEIRA, 2016). O empreendimento, desde seu início, teve como representante o empresário Eduardo Brandão Tavares, que também é sócio de uma construtora na cidade.

Os empresários locais que constroem os prédios dos hotéis e usam bandeiras de redes nacionais ou internacionais trazem ao campo da hotelaria a dinâmica de terceirização de capital, pois o fato de terem a bandeira das redes hoteleiras os colocam em uma posição de reprodutor de modelos de gestão de hotelaria, sendo eles agentes que divulgam o destino Maceió para públicos que utilizam os serviços das redes as quais eles estão afiliados. Entretanto, quando pesquisei a participação deles de maneira ativa no hotelaria local, a partir da ocupação de cargos em associações de interesse de classe, foi identificada uma participação tímida, como se eles estivessem no jogo apenas como um *player*, presente no campo para garantir a sua posição.

3.2 O campo hoteleiro de Maceió - Momento T3

A hotelaria em Maceió no período de 2000 a 2019 foi impulsionada pela crescente demanda de hóspedes para o destino Maceió, promovido pelos hoteleiros locais em parceria com agentes públicos e privados. A propagação do destino Maceió e a expansão da hotelaria valorizou a orla marítima da cidade fazendo com que os hoteleiros locais concorressem com outros tipos de hospedagem disponíveis na cidade, principalmente as redes de hotéis com bandeiras nacionais e internacionais, e as formas alternativas de hospedagem como o *Airbnb*.

O aumento de turistas traz também o aumento da competitividade do mercado de hospedagens na cidade. O hoteleiro local tem a prerrogativa de estar em frente ao mar, na maioria dos casos estudados, enquanto as grandes redes de hotéis ocupam o interior dos bairros turísticos da cidade, possibilitando aos hóspedes mais oportunidades de hospedagem.

Os hoteleiros do Momento T3 são majoritariamente homens, que nasceram em Alagoas, tem nível superior e nasceram dentro do ramo da hotelaria, já que seus antecedentes eram comerciantes com negócios em hotelaria. No entanto, o empresário do Momento T3 se difere dos demais por dar continuidade e expandir os negócios da família através da profissionalização e criação das redes de hotéis ou grupos empresariais.

O capital econômico dos empresários, em sua maioria, está ligado ao setor do turismo, majoritariamente na hotelaria, porém eles são sócios de empresas em outros ramos de negócio, como a atividade imobiliária e construção civil.

Quadro 17 - Hoteleiros e Empresas que em sociedade

PROPRIETÁRIO	REDE	PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS
BERNARDO MALTA DE AMORIM	GBA Administradora de Hotel	Construtora Ativa Casa de Show Café de La Music - Maceió Costa dos Corais Construções CC Invest Brasil Ltda (Incorporadora)
MARCIO AUGUSTO GOMES COELHO	Ritz Hoteis	CONCOE Construtora E Incorporadora Condomínio Edifício Ritz Suítes Home Service
CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO	Brisa Hotéis	Maceió Convention & Visitors Bureau Auto Posto Stella Mares AMEAPA - Associação Dos Moradores, Empresários E Amigos Da Pajuçara Imobiliária Nogueira Gatto Locazul Locadora E Veículos
Guilherme de Jesus Paulus	GJP Hotels & Resorts	CVC GJP Hotels & Resorts GJP Incorporadora & Construtora
MARCIO DE VASCONCELOS SILVA	Amarante Hospitalidade	Amarante Hospitalidade Amarante Participações - Usina Santa Maria Marvas Incorporação E Construção Ltda Destilaria São Gonçalo Maragogi Combustível - Maragogi Cachaçaria Fazenda Marrecas De São Gonçalo
EDUARDO BRANDAO TAVARES	Intercontinental Hotels Group	Bt Consultoria Associação Dos Proprietários Do Residencial Jardim Europa Sotel Hotelaria
ANDRÉ TOLEDO DE ALBUQUERQUE	Accor Hotels	Borella (holdings) A2 Consultores Santa Amelia Empreendimentos Alfa Empreendimentos Nova Empreendimento Hoteleiros (holdings) Grande Vale (Agro Industrial) Braf Hotelaria Esimin (Serviço de microcrédito) Loteamento Jardins E-Paletes (Industria) S4 Serviços De Microfilmagens
REYNALDO AMORIM MALTA	Sem rede	Reycon Construtora e Participações Reyauto Posto R-1 Investimentos RGR Patrimonial
ANA SOFIA SARMENTO PEDROSA NOGUEIRA DE LIMA	Grupo Pajuçara	Nogueira imobiliária e gestão de condomínios
ADRIANA VASCONCELOS COUTINHO	Maceió Empreendimentos Mar	MME Engenharia MME travel L.J.M.V. - Gestao e Participacoes (holdings) Ferragens Bom Jesus

Fonte: Dados coletados no site <https://brasil.io/> e na Receita Federal do Brasil. Elaborado pelo autor. Os nomes destacados em negrito representam os agentes outsiders ao subcampo da hotelaria de Maceió.

Os empresários do Momento T3 têm formação superior, frequentaram Universidades Públicas em cursos como Administração e Engenharia Civil, porém especializaram-se com a realização de pós-graduação *lato sensu*, com o tema da hotelaria ou gestão de empresas, em instituições privadas especializadas em negócios, como a Fundação Getúlio Vargas (FGV), agregando seu capital educacional aos negócios da família.

As redes de hotéis ou grupos empresariais formados por esses empresários são, em sua maioria, sociedades empresariais limitadas pertencentes à família, participam de associações de representação dos empresários como a ABIH/AL e o Sindicato Empresarial de Hospedagem e Alimentação de Alagoas (SINDHAL) e, através dessas instituições, garantem participação em organizações políticas como o Conselho Municipal de Turismo de Maceió, a Maceió *Convention & Visitors Bureau* e o Conselho Estadual de Desenvolvimento Econômico e Social do Estado de Alagoas (CONEDS). Além disso, em algumas ocasiões, podem assumir a Secretaria Municipal de Turismo, o que aconteceu com Carlos Gatto no período de 2005 a 2006.

Os empresários do Momento T3 que estão defronte ao mar tem um perfil preparado para o gerenciamento dos hotéis e empresas da família. Eles dividem as diretorias dos empreendimentos entre os parentes, concentrando a gestão da empresa entre os familiares. O fato dos gestores dos hotéis no momento T3 já terem nascido em família de hoteleiros confere a eles um capital hereditário, assim, o direcionamento para a formação escolar estava voltado para as atividades econômicas desenvolvidas pela família, ou seja, eles cursaram ensino superior em áreas de gestão ou engenharia, como já falado anteriormente.

Outro elemento importante para compreender o campo é a reconversão de capitais que foi identificada a partir do início da década 2000, com a chegada das redes de hotéis nacionais e internacionais. A disputa no campo por reconhecimento e representação estava em jogo, pois os *outsiders* possuem uma estrutura de capital diferente dos hoteleiros locais e trazem com eles capitais de outros subcampos econômicos, como o do agronegócio, construção civil, de incorporação e investimento, entre outros (ver quadro 17). Com isso, os hoteleiros de Maceió desenvolveram a estratégia de transformar toda a estrutura de negócio da família em um conglomerado de empresas de ramos diferentes, formando grupos empresariais locais, criando uma nova identidade ou fortalecendo as que já existiam. A estratégia fortaleceu os agentes locais, os colocando em algumas situações em posição de igualdade (no caso do Capital Econômico) com os agentes *outsiders*. No entanto, o capital simbólico dos agentes locais permite que eles mantenham o domínio do campo.

Associado a esse elemento no momento T3, a ocupação da orla, assim como no momento T2, ganha mais valorização, pois a mudança de perspectiva no turismo de viver uma

experiência e não apenas visitar o destino turístico ganha força e passa a ser vendida pelos hotéis. Assim, considerando a homologia e a teoria da economia da grandeza, identificamos que no momento T3 a estrutura de ação dos hoteleiros aproxima-se da cidade mercantil, quando a grandeza é medida pela relação com a mercadoria e pela aquisição de riqueza. Com isso, a mercantilização da hotelaria, com os investimentos em marketing, melhorias e ampliação dos serviços dos hotéis, e a busca incansável por mais hóspedes, é vista como uma estratégia de negócio que reflete no subcampo da hotelaria de Maceió com o reconhecimento pela gestão do negócio.

No momento T3 o subcampo hoteleiro é permeado por outros elementos além do da hotelaria, pois a inclusão de capital econômico de outros negócios mantidos pelos hoteleiros passa a ser parte do capital econômico total no campo; o capital social destaca aquele que representa o grupo em associações e/ou organizações de classes; o capital tecnológico está vinculado à formação escolar e às estratégias de marketing como forma de agregar valor ao negócio. O diferencial neste momento no campo é a disputa por representatividade no setor, principalmente pela manutenção dessa representação pelos agentes que estão a mais tempo no campo.

Quadro 18 - Distribuição de capital no Momento T3 – 2000 a 2019

Empresário	Carlos Gatto	Márcio Coelho	Adriana Vasconcelos
Origem do empresário	Maceió - AL	Juiz de Fora - MG	Maceió -AL
Capital Social	Secretário de Turismo Municipal e Presidente da ABIH/AL	Foi Presidente de ABIH/AL	Fez parte da diretoria da ABIH/AL
Capital Tecnológico	Formação em nível superior com especialização em gestão hoteleira. Estratégia de negócio foi concentrar os empreendimentos da rede Brisa Hotéis na orla da cidade, ofertando diversas modalidades de hospedagem atingindo o maior número de hóspedes	Formação na área de gestão de hotéis. Associou as atividades de hotelaria com gestão de condomínios hoteleiros.	Tem especialização na área de hotelaria pela FGV.

Capital Econômico	Gestor da Rede Brisa Hotéis e sócio de imobiliária	Proprietário de dois hotéis da Ritz Hotéis, sócio de construtora e empresa de gestão de condomínios.	Sócias administradora dos Maceió Mar Hotel e Acqua Suites, socia da empresa de construção e de aluguel de automóveis.
--------------------------	--	--	---

Fonte: Elaborado pelo autor

Em suma, o subcampo da hotelaria de Maceió, no momento T3, tem como elemento de disputa a representatividade do setor. Para garantir a manutenção desse poder, os agentes mais antigos do campo fazem reconversão de capital para aumentar o seu estoque, bem como usam estratégia de reprodução de capital repassando-o de pais para filhos, que chegam no campo como agentes detentores de capital social, econômico e cultural herdado dos pais e adicionam aos capitais herdados o capital educacional/tecnológico, e se colocam como herdeiros da hotelaria de Maceió.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção deste texto foi influenciada pelas condições que os anos 2020 a 2022, em razão da pandemia de Covid-19, impuseram à sociedade humana, como as medidas sanitárias adotadas pelos agentes públicos e o distanciamento social necessário para impedir a disseminação do vírus. Essas condições limitaram a realização da pesquisa a coleta de dados secundários e a contatos virtuais, tendo o celular e a tela do computador como principais instrumentos de comunicação. Assim, em razão das limitações metodológicas, foi possível traçar de forma objetiva, e com base nos dados encontrados, os elementos que constituem o subcampo da hotelaria de Maceió e os capitais de seus agentes.

A pesquisa utilizou a perspectiva teórico-metodológica da Sociologia econômica para investigar a estrutura de composição de capitais dos hoteleiros que se apropriam da Orla Marítima de Maceió. A questão se apresenta após um levantamento do perfil dos hoteleiros desde o início da hotelaria em Maceió, em 1950, até o ano de 2019, com o intuito de identificar quem são os agentes da hotelaria da cidade e, principalmente, quais deles se voltaram para a orla marítima, considerada um espaço cada vez mais desejado e disputado.

O argumento defendido nessa tese é que há uma disputa simbólica entre os hoteleiros locais e os *outsiders*, na qual os locais ocupam os espaços privilegiados e se envolvem na constituição de políticas públicas voltadas ao turismo, enquanto os *outsiders* ocupam o espaço “de dentro” e não se envolvem nestas políticas públicas. Além disso, também é possível perceber que a ocupação do litoral de Maceió é resultado de uma reprodução social de um grupo de famílias que reconvertem seus capitais para se manter como dominantes na hotelaria maceioense. Validando as duas hipóteses levantadas no estudo: (i) a primeira pressupõe que o processo de transformação e ocupação da orla de Maceió coincide com as transformações da hotelaria na cidade (ii) e a segunda, decorrente da primeira, pressupõe que a análise da estrutura de capitais do coletivo de hoteleiros poderia revelar a lógica de funcionamento do subcampo da hotelaria e, portanto, a lógica de ocupação do litoral.

Esta pesquisa dialoga com estudos de outras áreas de conhecimento (Arquitetura e Urbanismo, Geografia, Economia e Turismo), que estudam o turismo e a hotelaria de Maceió. Os estudos sociológicos sobre a orla de Maceió são poucos e focam em outras temáticas, tendo a orla como espaço de pesquisa e não como objeto de pesquisa. Desse modo, a contribuição desse estudo para o campo refere-se a análise da hotelaria através dos estudos das estruturas de capitais e do campo, utilizando a perspectiva teórica metodológica bourdiesiana, trazendo uma

elite burguesa (hoteleiros) como objeto de estudo em Alagoas e inserindo a sociologia no debate da hotelaria da cidade.

Para desenvolver a investigação, o estudo foi dividido em três momentos que objetivam apresentar a lógica do subcampo da hotelaria de Maceió em cada um deles. O momento T1 representa o subcampo hoteleiro entre 1950 a 1970. Período que é marcado pela ruptura de um modelo de negócio de hospedaria para o modelo de hotel, que identificamos como o início da profissionalização do setor, pois passam a ofertar produtos e serviços padronizados, além de ampliar a estrutura dos empreendimentos que passam a funcionar em edifícios e não em sobrados, como era até então. Neste momento, os hotéis se localizavam no bairro Centro da cidade, próximos a instituições financeiras, ao comércio e órgãos públicos, focavam no hóspede local ou comercial e não divulgavam o empreendimento em busca de clientes. Os hoteleiros do Momento T1 formam um grupo em construção e heterogêneo. Os hoteleiros deste momento são lembrados como pioneiros da hotelaria da cidade e os hotéis conseguiram se manter funcionando até o início da década de 1990.

Quanto a lógica, nesse momento identificamos a mesma dinâmica da *cit  * doméstica, pois as rela  es familiares predominavam na gestão dos hotéis e as dinâmicas de gerenciamento do negócio eram direcionadas para o local. Os hoteleiros divergem em dois pontos: temos dois que tem capital social e econômico em destaque, Euclides Gonçalves e Carlos Nogueira, respectivamente, enquanto Manoel Miranda se destaca pelo seu capital social e por ter o único hotel na orla marítima da cidade no momento T1. Com base nos dados da pesquisa identificamos que no Momento T1 a disputa no subcampo da hotelaria de Mace  o estava na profissionaliza  o do hotel como representa  o de modernidade.

No momento T2 foi tratado o período de 1970 a 2000, um período de 30 anos que construiu o turismo e definiu os rumos da hotelaria da cidade. A década de 1970 foi marcada pela chegada de hotéis de grande porte que ocuparam a orla da Praia da Avenida (Luxor Hotel e Hotel Beira Mar) e da Praia de Jatiúca (Hotel Alteza Jatiuca). A implanta  o desses hotéis marca o início da hotelaria moderna na cidade, pois eles desenvolvem atividades de promo  o dos empreendimentos e da cidade de Mace  o. Nesta década todos os hoteleiros são de fora do Estado de Alagoas (*outsiders*) e fazem investimento em hotelaria. Dos hoteleiros que chegaram na cidade, Fernando Britto e Helena Lundgren tem atividades econômicas em outros setores, como comércio varejista, representa  o comercial e outros, sendo o investimento em hotelaria um aproveitamento dos capitais em outro setor. No caso do Luxor Hotel, propriedade de Walter Soares Ribas, o empreendimento faz parte de uma rede hoteleira que no período estudado era uma das maiores do país. Os agentes trouxeram ao subcampo da hotelaria de Mace  o um capital

tecnológico, pois trazem técnicas, habilidades, métodos e processos que transformaram a hotelaria da cidade, marcando o turismo local entre antes e depois da chegada do Hotel Jatiúca.

Na década de 1980, mesmo com a crise financeira, a hotelaria de Maceió deslancha. Nesse período há o fortalecimento da rede por meio da criação de associações de classes e a expansão da capacidade hoteleira da cidade, que passam a ocupar os bairros litorâneos do Norte da capital (Pajuçara, Ponta Verde, Jatiúca e Cruz das Almas). Destacamos que na década de 1980 Maceió passa por dois processos importantes, (i) a turistificação da cidade com a construção do produto turístico Maceió e (ii) o processo de turismo em massa motivado pelos pacotes de turismo ofertados pelas agências de viagens nacionais como a CVC. Os hoteleiros desse momento contam com o diferencial de ter formação de nível superior, serem, em sua maioria, alagoanos e principalmente serem os agentes da construção do turismo em massa e da turistificação da cidade.

A última década do momento T2 foi marcada por uma estagnação da hotelaria, que durou até o ano de 1996 mantendo a média de hóspedes. Já os hotéis que estavam localizados na Praia da Avenida (Hotel Luxor e Hotel Beira Mar) e no bairro Centro fecham (Hotel Beiriz e Parque Hotel), entretanto é inaugurado o primeiro hotel com bandeira internacional, o Hotel Sol Meliá Maceió. A partir do ano de 1997 o número de hóspedes cresce e o turismo e hotelaria ganham fôlego para o novo milênio. O hoteleiro dessa década mantém o perfil dos anos 1980 – são formados e tem capital social local, e investem em empreendimentos de grande porte.

Em suma, o momento T2 engloba dois períodos: a expansão e a estagnação da hotelaria, impactando o amadurecimento hoteleiro, que através das organizações de classe aproxima suas demandas do poder público e passa a transitar na esfera pública com o poder de influenciar decisões sobre o setor. Com a consubstanciação dos dados de forma objetiva, e não relacional, identificamos que o perfil do grupo tinha pontos comuns, como o acúmulo de capital econômico, a participação em determinados grupos sociais, e a ausência de capital político direto – não é comum entre os pesquisados assumirem cargos eletivos, porém, aqueles que tiveram ação política o fizeram de forma executiva, em pastas relacionadas ao setor hoteleiro.

No subcampo da hotelaria de Maceió a disputa era travada pelo lucro e pelo aumento da capacidade para atender os clientes. Com o turismo em massa e a construção do produto turístico Maceió, o hoteleiro do momento T2 opera dentro da lógica da *city* industrial. A disputa no campo estava em ser parte do produto turístico de Maceió, assim os hoteleiros articularam seus capitais para colocar seus empreendimentos como parte da experiência de viver Maceió, e ter um hotel com vista por mar corroborava com essa dinâmica. O capital social dos hoteleiros se destaca neste momento, pois mesmo competindo com hotéis de redes nacionais e empresários

com capital econômico maior do que o dos empresários locais, esses se destacam no campo, por promover o produto turístico Maceió e promover ações em nome do setor hoteleiro, e em contrapartida os empresários das redes maiores atraíram agências de viagens nacionais.

No momento T3 temos a expansão da hotelaria durante os anos 2000 a 2019. A cidade tem um total de 131 hotéis, entre eles 47 estão na orla da cidade. A orla se concretiza como um espaço de disputa e a chegada de novos agentes no subcampo da hotelaria de Maceió leva a mudança de estratégia dos hoteleiros locais para se colocar no subcampo. Eles passam a formar grupos empresariais para fortalecer a sua identidade no subcampo da hotelaria da cidade.

As mudanças vem acompanhadas de uma geração de gestores que são *self-made man*, ou seja, os agentes nasceram em família hoteleira, cresceram e se envolveram com o negócio desde de suas primeiras experiências com trabalho, o que direcionou esses sujeitos a uma formação direcionada a gestão de negócios de hotelaria, o que atribui a eles um capital educacional/tecnológico no campo. Outro capital identificado foi o herdado da família, que passa pelo capital social e econômico, pois representam uma continuidade no negócio, mantendo o reconhecimento social de hoteleiro.

O aumento dos hotéis de Maceió reflete a demanda por esse serviço na cidade e coloca no cenário um grupo de empresários oriundos de famílias que já desenvolviam atividades de hotelaria e são preparados para a gestão das empresas. Neste momento, as belezas naturais da orla da cidade fazem parte dos produtos oferecidos pelos hotéis levando a uma disputa pela vista do mar entre os hotéis, que buscam ocupar mais espaços na orla de Maceió. Em uma análise da ocupação da orla da cidade, identificamos que os empresários de origem alagoana ocupam mais espaços da orla do que os demais empresários. Assim, concluímos que a reprodução social dos grupos familiares que reconvertem seus capitais para manterem-se dominantes na hotelaria de Maceió está atrelado a ocupação da orla.

REFERÊNCIAS

AGENDA A. **Pesquisa aponta os bairros de Maceió com metro quadrado mais caro; confira média de valor | Agenda A.** Disponível em: <<https://www.agendaa.com.br/negocios/imobiliario-e-turismo/7184/2018/05/25/pesquisa-aponta-os-bairros-de-maceio-com-metro-quadrado-mais-caro-confira-media-de-valor>>. Acesso em: 21 set. 2021.

ALAGOAS. **Lei 3.148, de 14 de maio de 1971.** 1971. Disponível em: <<http://gcs.sefaz.al.gov.br/paginas/administrativo/documento/consultarGabinete.jsf#>>. Acessado em: 20 mar 2021.

_____. **Lei nº 3.278 de 14 de maio de 1973.** 1973. Disponível em: <<http://gcs2.sefaz.al.gov.br/#/documentos/visualizar-documento?access=1&key=swqcikXNndg%3D&highlight=turismo>>. Acessado em: Maceió 20 mar 2021

_____. **Decreto Estadual nº 3.580 de 18 de julho de 1978.** 1978. Disponível em: <<http://gcs2.sefaz.al.gov.br/#/documentos/visualizar-documento?access=1&key=vzKgekstOc8%3D>>. Acessado em: Maceió 20 mar 2021

_____. **Lei Nº 5.517, de 15 de julho de 1993.** 1993. Disponível em: <<http://gcs.sefaz.al.gov.br/paginas/administrativo/documento/consultarGabinete.jsf#>>. Acessado em: Maceió 20 mar 2021

ALBUQUERQUE, I. L. DE. **História de Alagoas.** Maceió, Brasil: Imprensa Oficial Graciliano Ramos, 2002.

ALENCAR, A. **GJP Hotéis assume administração do Village Pratagy Resort .** Disponível em: <<https://www.revistahoteis.com.br/gjp-hoteis-assume-administracao-do-village-pratagy-resort/>>. Acesso em: 9 dez. 2021.

ALMEIDA, L. M. DE. **Rupturas e permanências em Alagoas: o 17 de julho de 1997.** Maceió, Brasil: Catavento, 1999.

ÁLVAREZ, J.; CARDOZA, G.; DÍAZ, R. Estrategia de internacionalización de Sol Meliá en América Latina. **Academia. Revista Latinoamericana de Administración**, v. 35, n. 2, p. 107–134, 1 jan. 2005.

ARAUJO, L. M. DE; CARVALHO, R. C. DE. O turismo de massa em debate: a importância de sua análise para o planejamento turístico do estado de Alagoas, Brasil. **X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**, 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS DE ALAGOAS. **Relação de Ex-presidentes da ABIH/AL.** Disponível em: <<https://www.abihal.com.br/paginas/conteudo/ex-presidentes/>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDUSTRIAL DE HOTÉIS DE ALAGOAS; SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS. **Pesquisa de impacto do crescimento do setor hoteleiro em Maceió.** Maceió: [s.n.].s.d.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIA DE VIAGENS. **A presença da associação em**

todo país. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<http://www.abav.com.br/arquivos/pags105a154.pdf>>.

ATZINGEN, P. **Grupo Pratagy apresenta seu novo momento em São Paulo.** Disponível em: <<https://diariodoturismo.com.br/grupo-pratagy-apresenta-seu-novo-momento-em-sao-paulo/>>. Acesso em: 9 dez. 2021.

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: Imprensa Oficial Graciliano Ramos, 2018.

BENEVIDES, I. O AMÁLGAMA COMPONENTE DOS DESTINOS TURÍSTICOS COMO CONSTRUÇÃO VIABILIZADORA DESSA PRÁTICA SÓCIO-ESPACIAL. **GEOUSP Espaço e Tempo (Online)**, v. 11, n. 1, p. 85–101, 30 ago. 2007.

BOLTANSKI, L. **De la critique: précis de sociologie de l'émancipation.** Paris, França: Gallimard, 2009.

BOLTANSKI, L.; THÉVENOT, L. **De la justification : les économies de la grandeur.** Paris, França: Gallimard, 1991.

_____. **A justificação: sobre as economias das grandezas.** Rio de Janeiro, Brasil: Editora UFRJ, 2020.

BOURDIEU, P. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário.** São Paulo, Brasil: Companhia das Letras, 1996.

_____. **Meditações pascalianas.** Rio de Janeiro, Brasil: Bertrand Brasil, 2001.

_____. **O Poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

_____. O campo econômico. **Política & Sociedade**, v. 4, p. 15–57, 2005.

_____. **As estruturas sociais da economia.** Porto, Portugal: Campo das Letras, 2006.

_____. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 2007a.

_____. **A distinção: crítica social do julgamento.** São Paulo, Brasil: Edusp, 2007b.

_____. **Razões práticas: Sobre a teoria da ação.** 11ª ed. ed. Campinas, SP, Brazil: Papirus, 2011.

_____. A formação do habitus económico. **Sociologia : Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto**, v. 14, n. 0, 2017.

_____. **Questões de sociologia.** 1. ed. Petrópolis, RJ, Brasil: Vozes, 2019.

BOURDIEU, P.; WACQUANT, L. J. D. **An invitation to reflexive sociology.** 1. ed. Cambridge, UK: Polity Press, 1992.

BRANDÃO, M. **Vade-mecum do turista em Alagoas.** Maceió, Brasil: Imprensa Oficial Graciliano Ramos, 2013.

BRASIL. **Decreto No 59.566, de 14 de novembro de 1966**. Brasília, 14 nov. 1966. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d59566.htm>. Acesso em: 7 dez. 2021

_____. **Cadastrar prestador de serviços turísticos**. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/servicos/cadastrar-prestadora-de-servico-turistico>>. Acesso em: 28 jan. 2022.

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

BULST, N. Sobre o Objeto e o Método da Prosopografia. **Politeia - História e Sociedade**, v. 5, n. 1, 28 maio 2010.

CADA MINUTO. Hotel Radisson Maceió será inaugurado em setembro. **CadaMinuto**, 2009.

CARDOZO, P. F. Considerações preliminares sobre produto turístico étnico. **PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 4, n. 2, p. 143–152, 2006.

CARVALHO, A. D. A. **Jogo Social: interesses, conflitos e sociabilidade na relação comercial entre atacadista e produtores no Ceasa de Tianguá-CE**. Sobral: Universidade Estadual Vale do Acaraú, 2011.

_____. **A construção social do mercado fair trade no brasil e no mundo**. Maceió: Universidade Federal de Alagoas, 26 mar. 2015.

_____. **A construção social do capital reputacional de anfitriões do Airbnb em Maceió**. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, 2019.

CARVALHO, A. D. A.; SARTORE, M. DE S. OS HOTELEIROS DE MACEIÓ E A OCUPAÇÃO DO LITORAL (1950-2000). In: SARTORE, M. DE S.; PEREIRA, S. DE A. (Eds.). **Distopias do Litoral**. 1. ed. Aracaju: Criação Editora, 2021. p. 91–114.

CAVALCANTE, R. **Empresário alagoano é homenageado no Congresso Nacional de Hotéis em SP**. Disponível em: <<https://www.revistaturismoenegocios.com/materia.php?c=965>>.

_____. Jatiúca, 40 anos: como o primeiro resort de Maceió mudou o turismo em Alagoas. **Agenda A**, 15 set. 2019.

CHUVA, S. **Salinas do Maragogi fica entre 15 melhores hotéis do mundo**. Disponível em: <<https://www.mercadoeventos.com.br/noticias/hotelaria/salinas-do-maragogi-fica-entre-15-melhores-hoteis-do-mundo/>>. Acesso em: 22 abr. 2021.

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

CORIOLOANO, L. N. M. T.; ALMEIDA, H. M. O turismo no nordeste brasileiro: dos resorts aos núcleos de economia solidária. **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, v. XI, 1 ago. 2007.

CORRÊA, D. S.; DIAS, R. DE C. A crítica e os momentos críticos: de la justification e a guinada pragmática na sociologia francesa. **Mana**, v. 22, n. 1, p. 067–099, 2016.

CORREIO DOS MUNICÍPIOS. **Seis bairros de Maceió têm alta no preço médio do m² para aluguel em janeiro - Correio dos Municípios - Alagoas.** Disponível em: <[https://www.correiodosmunicipios-al.com.br/2020/01/seis-bairros-de-maceio-tem-alta-no-preco-medio-do-m²-para-aluguel-em-janeiro/](https://www.correiodosmunicipios-al.com.br/2020/01/seis-bairros-de-maceio-tem-alta-no-preco-medio-do-m2-para-aluguel-em-janeiro/)>. Acesso em: 21 set. 2021.

COSTA, F. B. **Para onde vai o turismo de Maceió? Uma discussão sob a ótica da sustentabilidade.** Maceió, Brasil: Programa Regional de Desenvolvimento e Meio Ambiente - PRODEMA, 1998.

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

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

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

EDUCATIVA TV. **Pauta Especial - Livro “Oh, Pedaco de Mim”, de Olga Miranda** Brasil, 2017.

FLEISCHER, A. A room with a view—A valuation of the Mediterranean Sea view. **Tourism Management**, v. 33, n. 3, p. 598–602, 1 jun. 2012.

FOLHA, A. ACERVO FOLHA-Publicidade. **Folha da Manhã**, 30 jan. 1958.

FOLHA DE S.PAULO. **“Gangue fardada” tem ‘tabela da morte’ - 14/03/98”**. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc14039818.htm>>. Acesso em: 30 nov. 2021.

GARCIA-PARPET, M. F. A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-sologne. **Estudos Sociedade e Agricultura**, 2003.

GASPAR, M. **A esquecida Minicopa da CBD em 1972.** Disponível em: <<https://alambrado.net/a-minicopa-da-cbd-em-1972/>>. Acesso em: 4 fev. 2021.

GAZETA DE ALAGOAS. **Orla de Maceió recebe obras de infraestrutura e mobilidade - Gazeta de Alagoas.** Disponível em: <<https://d.gazetadealagoas.com.br/cidades/213014/orla-de-maceio-recebe-obras-de-infraestrutura-e-mobilidade>>. Acesso em: 18 jan. 2022.

GAZETA DE ALAGOAS. **TURISMO REPRESENTA 15% DO PIB DA CAPITAL ALAGOANA.** Disponível em: <<https://d.gazetadealagoas.com.br/economia/275946/turismo-representa-15-do-pib-da-capital-alagoana>>. Acesso em: 22 set. 2021.

GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade.** São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GOMES, W. J. F. **A construção do destino turístico Alagoas: a tradução das políticas contemporâneas de turismo.** Maceió: Universidade Federal de Alagoas, 29 maio 2015.

GONÇALVES, G. **Minha vida sobre a mesa.** Maceió, Brasil: s/e, 2010.

HISTÓRIA DE ALAGOAS. **O majestoso Hotel Bella Vista.** Disponível em: <<https://www.historiadealagoas.com.br/hotel-bella-vista.html>>. Acesso em: 5 jun. 2020a.

_____. **Trapichão, o estádio que já foi Rei Pelé.** Disponível em:

<<https://www.historiadealagoas.com.br/trapichao-o-estadio-que-ja-foi-rei-pele.html>>. Acesso em: 20 nov. 2020b.

_____. **Japão alagoano em 1988**. Disponível em: <<https://www.historiadealagoas.com.br/japao-alagoano-em-1988.html>>. Acesso em: 20 dez. 2021.

_____. **Avenida da Paz, o aterro de Jaraguá**. Disponível em: <<https://www.historiadealagoas.com.br/avenida-da-paz-o-aterro-de-jaragua.html>>. Acesso em: 25 jul. 2020a.

_____. **Parque Hotel, testemunha da história alagoana**. Disponível em: <<https://www.historiadealagoas.com.br/parque-hotel-testemunha-historia-alagoana.html>>. Acesso em: 7 abr. 2020b.

_____. **Companhia de Fiação e Tecidos Norte-Alagoas e a Fábrica de Saúde**. Disponível em: <<https://www.historiadealagoas.com.br/companhia-de-fiacao-e-tecidos-norte-alagoas-e-a-fabrica-de-saude.html>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

HOTEL NEWS. **Leia o discurso que Bernardino fará hoje na abertura do 48º Conotel - Hotelier News**. Disponível em: <<https://www.hoteliernews.com.br/leia-o-discurso-que-bernardino-fara-hoje-na-abertura-do-48-conotel/>>. Acesso em: 5 dez. 2021.

HOTEL RITZ LAGOA DA ANTA. **Quem somos**. Disponível em: <<https://www.hoteisritzalagoas.com.br/lagoa/quem-somos>>. Acesso em: 21 jul. 2021.

Hotel Salvador. **Jornal das Alagoas**, p. s/n, 3 mar. 1878.

HOTELIERNEWS. **Márcio Coelho nomeia diretores na ABIH-AL e no Maceió CVB - Hotelier News**. Disponível em: <<https://www.hoteliernews.com.br/marcio-coelho-nomeia-diretores-na-abihal-e-no-maceio-cvb/>>. Acesso em: 21 jan. 2022.

_____. **Marcio Coelho fala sobre a vocação hoteleira da família - Hotelier News**. Disponível em: <<https://www.hoteliernews.com.br/marcio-coelho-fala-sobre-a-vocacao-hoteleira-da-familia/>>. Acesso em: 21 jan. 2022.

INFRAERO. **Estatísticas – Portal da Transparência**. Disponível em: <<https://transparencia.infraero.gov.br/estatisticas/>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **CARTÃO POSTAL - PARQUE HOTEL** Maceió, [s.d.]. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=436593>>

_____. Sinopse do Censo Demográfico 2010. 2011.

_____. **Cidades - Maceió**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/al/maceio/panorama>>. Acesso em: 6 out. 2019.

INSTITUTO HISTÓRICO E GEOGRÁFICO DE ALAGOAS. **PRESIDENTES ELEITOS DO INSTITUTO E SEUS PERÍODOS**. Disponível em: <<http://www.ihgal.al.org.br/expediente/presidentes.htm>>. Acesso em: 15 jul. 2020.

JARDIM, M. C.; ROSA, T. Governo Cardoso (1995-2002) e Governo Lula (2003-2010):

Revista TOMO, n. 39, p. 329–329, 12 jul. 2021.

KNAFOU, R. Turismo e território. Para um enfoque científico do turismo. *In: Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 3º ed. ed. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 62–75.

KRIPENDORFF, J. **Sociologia do turismo**. São Paulo, Brasil: Aleph, 2001.

KUTUCHIAN, P. Saiba por que o Jatiúca (AL) é um dos poucos hotéis do Brasil que é associado ao seu destino . **Hotelier News**, 27 jul. 2015.

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

LATINOPOULOS, D. Using a spatial hedonic analysis to evaluate the effect of sea view on hotel prices. **Tourism Management**, v. 65, p. 87–99, 1 abr. 2018.

LEÃO, L. GazetaWeb - Engenheiro Fernando Amorim morre no Hospital Sírio Libanês em São Paulo. **GazetaWeb.com**, 6 fev. 2017.

LUXOR. **WHO WE ARE**. Disponível em: <<https://luxor.com.br/#about>>. Acesso em: 9 mar. 2021.

LYKOUROPOULOS, M. B. **O comércio de tapioca na orla marítima de Maceió: Uma análise sob a ótica do desenvolvimento turístico local**. Maceió: Universidade Federal de Alagoas, 2006.

MACEIÓ. **Lei nº 4.021 de 26 de março de 1991** Maceió, 1991. Disponível em: <<https://www.maceio.al.leg.br/documentos/docs/doc.php?filepath=leis&id=4096>>

MARTINS, A. A. C. **Motivação, expectativa, experiência, satisfação ou dissatisfação dos turistas com o produto turístico destino: estudo sobre a área da grande Maceió - Alagoas - BR**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

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. **CADASTUR - Meios de Hospedagem - 4º Trimestre/2020**. Brasília: [s.n.].

MONTEIRO, L. M. Prosopografia de grupos sociais, políticos situados historicamente: método ou técnica de pesquisa? **Pensamento Plural**, v. 0, n. 14, p. 11–21, 2014.

NASCIMENTO, L. F. A Sociologia Digital: um desafio para o século XXI. **Sociologias**, v. 18, n. 41, p. 216–241, 1 jan. 2016.

NIEMEYER, F. **Lula inaugura novo trecho da orla de Maceió (AL) amanhã | Destinos**. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/destinos/2009/07/lula-inaugura-novo-trecho-da-orla-de-maceio-al-amanha_49157.html>. Acesso em: 18 jan. 2022.

O'DONNELL, J. **A invenção de Copacabana: culturas urbanas e estilo de vida no Rio de Janeiro (1890-1940)**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

PAULA, D. P. DE. Desenvolvimento do turismo de sol e praia em destinos tropicais: o caso do litoral de Fortaleza. **Brazilian Geographical Journal**, v. 3, n. 2, p. 299–316, 30 dez. 2012.

PEIXOTO, W. S. **Gestão de custos na rede hoteleira em Maceió: construto ou realidade**. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2008.

PINHEIRO, J. L. A. **Hotelaria: um estudo de caso da rede othon**. Rio de Janeiro: FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2002.

POLANYI, K. **A grande transformação. As origens de nossa época**. Rio de Janeiro: [s.n.].

PREFEITURA MUNICIPAL DE MACEIÓ. **Um olhar sobre o turismo de Maceió: oferta x demanda**IABS, , 2016. Disponível em: <<http://www.maceio.al.gov.br/wp-content/uploads/2013/12/pdf/2013/12/Portfolio-SEMTUR-Prefeitura-de-Maceio.pdf>>. Acesso em: 5 mar. 2018

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

RAUD-MATTEDI, C. A construção social do mercado em Durkheim e Weber: análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 20, n. 57, p. 127–142, fev. 2005.

REVISTA TURISMO&NEGÓCIO. A solidez do Grupo Salinas. [s.d.].

ROSE, L. **Alagoas & People Badalation**. 1. ed. Maceió, Brasil: IGASA, 1983.

SARTORE, M. DE S. Bares pé-na-areia e a farofada na praia: uma análise Durkheimiana das distinções público/ gratuito-privado/pago no litoral de Aracaju-SE. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 16, n. 32, p. 219–238, 12 jan. 2020.

SARTORE, M. DE S.; COFFEY, B. Mercados na fronteira: avaliações online de consumidores de quiosques de praia como fonte de dados para comparar as representações coletivas de praia no Brasil e na Austrália. **Política & Sociedade**, v. 18, n. 43, p. 77–107, 17 mar. 2019.

SARTORE, M. DE S.; PEREIRA, S. DE A.; RODRIGUES, C. Aracaju beach bars as a contested market: Conflicts and overlaps between market and nature. **Ocean & Coastal Management**, v. 179, p. 104828, 1 set. 2019.

SCHLEMPER, M. **A prostituição “clássica” e a prostituição no âmbito do turismo sexual: uma abordagem sociológica sobre fronteiras pouco visíveis**. Maceió: Universidade Federal de Alagoas, 28 out. 2010.

SCHROEDER, M. **Inauguração do Salinas Maceió Beach Resort será dia 19**. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/hotelaria/2008/09/inauguracao-do-salinas-maceio-beach-resort-sera-dia-19_40483.html>. Acesso em: 20 abr. 2021.

SECRETARIA DE ESTADO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E DO TURISMO DE ALAGOAS. **Termo de encerramento de obrigações - Convênio: nº 03/2015**Maceió, BrasilDiário Oficial do Diário Oficial do Estado de Alagoas (DOEAL), , 2017. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/diarios/170951600/doeal-diario-oficial-28-08-2017-pg-30?ref=next_button>

SILVA, A. M. A. DA. **Economia de Maceió : diagnóstico e proposta para construção de uma nova realidade**. 1. ed. Brasília, Brasil: EDUFAL, 2013.

SINDICATO EMPRESARIAL DE HOSPEDAGEM E ALIMENTAÇÃO DE ALAGOAS. **SHRBS**. Disponível em: <<https://sindhoteisal.com.br/site/index.php>>. Acesso em: 3 mar. 2021.

SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R. **The handbook of Economic Sociology**. Princeton, UK: Princeton University Press, 2005.

SOUZA, J. J. S. **Modernização, desenvolvimento turístico e exploração sexual de crianças e adolescentes no âmbito federal e no estado de Alagoas: uma análise documental**. Maceió: Universidade Federal de Alagoas, 2 jun. 2015.

STONE, L. Prosopografia. **Revista de Sociologia e Política**, v. 19, n. 39, p. 115–137, jun. 2011.

TRIBUNA HOJE. Parceria entre Revista Class Magazine e Maceió Mar Hotel já dura sete anos na realização do Prêmio Empresarial | TribunaHoje.com. **Tribuna Hoje**, 29 nov. 2017.

TURISMO&NEGÓCIO, R. Rede Ritz inaugura hotel em Maceió. [s.d.].

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. **Morre um dos fundadores da Faculdade de Medicina da Ufal**. Disponível em: <<https://ufal.br/servidor/noticias/2018/7/morre-um-dos-fundadores-da-faculdade-de-medicina-da-ufal>>. Acesso em: 8 jul. 2020.

VALLE, M. DO. Grupo Accor quer 50 Ibis até o ano 2000. **Folha de São Paulo**, 16 set. 1996.

VANDENBERGHE, F. “The real is relational”. An Inquiry into Pierre Bourdieu’s Constructivist Epistemology. **Sociological Theory**, v. 17, n. 1, p. 32–67, 1999.

VASCONCELOS, D. A. L. DE. Turistificação do espaço e exclusão social: a revitalização do bairro de Jaraguá, Maceió - AL, Brasil. **Revista Turismo em Análise**, v. 16, n. 1, p. 47–67, 30 maio 2005.

_____. **Sol, praia e a “destinação” da cidade: compreendendo a turistificação de Maceió-Alagoas-Brasil**. Daniel: Universidade Federal de Alagoas, 2017.

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

VERBOVEN, K.; CARLIER, M.; DUMOLYN, J. A short manual to the art of prosopography. In: KEATS-ROHAN, K. S. B. (Ed.). . **Prosopography approaches and applications: a handbook**. Oxford: University of Oxford Linacre College Unit for Prosopographical Research, 2007. p. 35–70.

VIEIRA, R. Radisson Maceió é convertido em Best Western Premier. **Panrotas**, 2016.

ANEXOS

ANEXO 1- Número de desembarque em Maceió de 2000 a 2019 –

ANO	DESEMBARCADOS	% ⁶¹	FONTE	LINK DA FONTE
2000	304.472	0	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas 2002	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/12b9ec6e-6b8c-4d96-9e87-e85dae9fed42
2001	303.604	-0,29%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas 2002	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/12b9ec6e-6b8c-4d96-9e87-e85dae9fed42
2002	281.032	-7,43%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas 2003	https://portal.dados.al.gov.br/catalogo/dataset/84244b65-770b-4286-8d95-bf52f9005909/resource/e4f0b848-1bdf-ff9235b1c8e2/download/anuariocompleto2003.pdf
2003	265.976	-5,36%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas 2004	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/eae0f553-ac23-42eb-a8e7-347b707456e3
2004	319.301	20,05%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas 2005	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/eddbb880-b284-4364-b448-3fef8a34e5a8
2005	391.390	22,58%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas 2006	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/8ab797d7-779a-4635-94ec-6852a73cc17e
2006	431.139	10,16%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas 2007	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/3cc27095-7974-483c-bea7-e2795b2e3090
2007	456.552	5,89%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas 2008	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/f843ab91-e58b-4053-9241-5a7e19cad590
2008	473.995	3,82%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas 2009	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/84244b65-770b-4286-8d95-bf52f9005909/resource/19d2eb5a-92fa-48b2-bf78-4c1502f11461/download/anuariocompleto2009.pdf
2009	550.882	16,22%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas 2010	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/84244b65-770b-4286-8d95-bf52f9005909/resource/19d2eb5a-92fa-48b2-bf78-4c1502f11461/download/anuariocompleto2009.pdf#os'pe
2010	698.288	26,76%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas 2011	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/d47fc757-8cff-463d-

61 Cálculo considera o aumento ou decréscimo referente ao ano anterior

				9d54-83613cb8f55e
2011	765.273	9,59%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas2012	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/8553dac1-aafb-4fe8-9fa4-1cb3d97fe9e5
2012	848.409	10,86%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas2012	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/8553dac1-aafb-4fe8-9fa4-1cb3d97fe9e5
2013	943.834	11,25%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas2014	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/ef4194c1-0725-42f2-88fe-6842bfda97aa
2014	947.198	0,36%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas2015	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/82ec68cf-25f3-4356-926f-3c8dac7bbb30
2015	990.261	4,55%	Anuário Estatístico do Estado de Alagoas2015	https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas/resource/82ec68cf-25f3-4356-926f-3c8dac7bbb30
2016	994.524	0,43%	Estatísticas Infraero 2016	https://transparencia.infraero.gov.br/estatisticas/
2017	1.025.653	3,13%	Estatísticas Infraero 2017	https://transparencia.infraero.gov.br/estatisticas/
2018	1.039.258	1,33%	Estatísticas Infraero 2018	https://transparencia.infraero.gov.br/estatisticas/
2019	1.052.152	1,24%	Estatísticas Infraero 2019	https://transparencia.infraero.gov.br/estatisticas/

Fonte: Elaborado pelo autor.

ANEXO 2 - Decretos do Governo do Estado de Alagoas de enfrentamento da Covid-19

INSTURMENTO LEGAL	Nº	ANO	ASSUNTO
Decreto	69463	2020	DISPÕE SOBRE A CRIAÇÃO E FUNCIONAMENTO DO GABINETE DE CRISE DA SITUAÇÃO DE EMERGÊNCIA - GCSE PARA COMBATE AO CORONAVÍRUS COVID-19 NO ESTADO DE ALAGOAS.
Decreto	69501	2020	DISPÕE SOBRE AS MEDIDAS PARA ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID - 19 (CORONAVÍRUS), E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69502	2020	INSTITUI MEDIDAS TEMPORÁRIAS DE ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID-19 (CORONAVÍRUS), NO ÂMBITO DOS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69527	2020	INSTITUI MEDIDAS TEMPORÁRIAS DE ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID-19 (CORONAVÍRUS), NO ÂMBITO DA REDE PÚBLICA E PRIVADA DE ENSINO NO ÂMBITO DO ESTADO DE ALAGOAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69529	2020	INSTITUI MEDIDAS TEMPORÁRIAS DE ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID-19 (CORONAVÍRUS), NO ÂMBITO DOS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69530	2020	DISPÕE SOBRE AS MEDIDAS PARA ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID - 19 (CORONAVÍRUS), E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69531	2020	DISPÕE SOBRE A CRIAÇÃO DO COMITÊ DE GERENCIAMENTO DE IMPACTOS ECONÔMICOS DA CRISE DO COVID - 19 (CORONAVÍRUS), E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69541	2020	DECLARA A SITUAÇÃO DE EMERGÊNCIA NO ESTADO DE ALAGOAS E INTENSIFICA AS MEDIDAS PARA ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID - 19 (CORONAVÍRUS) NO ÂMBITO DO ESTADO DE ALAGOAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

Decreto	69577	2020	DISPÕE SOBRE A PRORROGAÇÃO DAS MEDIDAS PARA ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID - 19 (CORONAVÍRUS) NO ÂMBITO DO ESTADO DE ALAGOAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69624	2020	DISPÕE SOBRE A PRORROGAÇÃO DAS MEDIDAS PARA ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID - 19 (CORONAVÍRUS) NO ÂMBITO DO ESTADO DE ALAGOAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69691	2020	DECLARA SITUAÇÃO ANORMAL, CARACTERIZADA COMO ESTADO DE CALAMIDADE PÚBLICA, EM TODO O TERRITÓRIO ALAGOANO, AFETADO POR DOENÇA INFECIOSA VIRAL COBRADE 1.5.1.1.0, CONFORME A INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 2, DE 20 DE DEZEMBRO DE 2016, DO MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL, PARA FINS DE PREVENÇÃO E ENFRENTAMENTO AO NOVO CORONAVÍRUS, CAUSADOR DO COVID-19, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69700	2020	DISPÕE SOBRE A PRORROGAÇÃO DAS MEDIDAS PARA ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID -19 (CORONAVÍRUS) NO ÂMBITO DO ESTADO DE ALAGOAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69722	2020	DISPÕE SOBRE A PRORROGAÇÃO DAS MEDIDAS PARA ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID-19 (CORONAVÍRUS) NO ÂMBITO DO ESTADO DE ALAGOAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69844	2020	DISPÕE SOBRE A PRORROGAÇÃO DAS MEDIDAS PARA ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID-19 (CORONAVÍRUS) NO ÂMBITO DO ESTADO DE ALAGOAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	69935	2020	DISPÕE SOBRE A PRORROGAÇÃO DAS MEDIDAS PARA ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID-19 (CORONAVÍRUS) NO ÂMBITO DO ESTADO DE ALAGOAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.
Decreto	70066	2020	DISPÕE SOBRE A PRORROGAÇÃO DAS MEDIDAS PARA ENFRENTAMENTO DA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL DECORRENTE DO COVID-19 (CORONAVÍRUS) NO ÂMBITO DO ESTADO DE ALAGOAS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

Fonte: Gabinete Cível de Alagoas, 202162

ANEXO 3 - Questionário

A construção da hotelaria em Maceió: uma análise sociológica

1. Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você foi convidado para participar dessa pesquisa. A sua participação consiste no preenchimento de um questionário por meio de celular ou computador com acesso à internet e levará em torno de quinze minutos.

As informações fornecidas serão totalmente confidenciais, e analisadas em conjunto com as respostas dos outros participantes que responderam a pesquisas que objetiva mapear os agentes proprietários dos hotéis que ocuparam a orla marítima de Maceió. Se o(a) Sr. (a) sentir constrangimento ao responder a alguma pergunta, terá liberdade para não responder ou para interromper o preenchimento do questionário a qualquer momento. Caso tenha alguma dúvida sobre a pesquisa, durante a sua participação ou posteriormente, o (a) Sr. (a) pode entrar em contato conosco por meio dos contatos que estão dispostos abaixo.

Os resultados deste estudo serão apresentados sob forma de tese que ficará disponível no Biblioteca de Teses e Dissertações da UFS (<https://ri.ufs.br/handle/riufs/2145>).

O preenchimento será realizado online e por esse motivo, sua participação estará condicionada ao aceite do convite assinalando abaixo “Diante dos esclarecimentos prestados, concordo em participar, como voluntário(a), do estudo”.

Pesquisador: Antonio Daniel Alves Carvalho

E-mail: antonio-daniel@outlook.com.br

Telefone (82) 99669-2295

() Sim

() Não

Dados demográficos

Essa seção abordará informações pessoais que contribuirão para construir o perfil socioeconômico do grupo pesquisado.

2. O seu nome completo

3. Ano de Nascimento: _____

4. Gênero

() Masculino

() Feminino

() Prefiro não responder

5. Cidade que você nasceu: _____

6. Estado Civil

() Solteiro(a)

() Casado(a)

() Divorciado(a)

() União estável

() Viúvo(a)

() _____

7. Você se considera:

() Amarelo(a)

() Branco(a)

() Indígena

() Negro(a)

() Pardo

() _____

Trajetória escolar

Dados	referente	a	sua	formação	intelectual
-------	-----------	---	-----	----------	-------------

8. Qual a sua escolaridade:

() Educação básica incompleta

() Educação básica completa

() Ensino Superior incompleto

() Ensino Superior completo

() Pós-graduação incompleto

() Pós-graduação completo

9. Qual a instituição de ensino você fez sua última formação?

10. Qual o seu curso de formação

11. O ano de conclusão do seu último curso de formação

12. Informações que considerar relevante sobre sua formação.

Aqui pode ser informado cursos de aperfeiçoamento, participação em palestras e atividades de formação profissional.

Origens sociais

Dados nesta seção são sobre a sua origem familiar. As perguntas aqui serão sobre seus ascendentes (pai e/ou mãe)

13. Nome do seu pai

14. Qual era ou é a profissão do seu pai?

15. Qual a sua escolaridade do seu pai?

() Educação básica incompleta

() Educação básica completa

- ☐ Ensino Superior incompleto
- ☐ Ensino Superior completo
- ☐ Pós-graduação incompleto
- ☐ Pós-graduação completo

16.Nome da sua mãe

17.Qual era ou é a profissão da sua mãe?

18.Qual a sua escolaridade da sua mãe?

- ☐ Educação básica incompleta
- ☐ Educação básica completa
- ☐ Ensino Superior incompleto
- ☐ Ensino Superior completo
- ☐ Pós-graduação incompleto
- ☐ Pós-graduação completo

19.Se casado(a), viúvo(a) ou em união estável qual a profissão do seu(sua) cônjuge?

20.A sua empresa é familiar?

A empresa familiar é o empreendimento em que os donos e funcionários do negócio fazem parte de uma mesma família.

- ☐ Sim
- ☐ Não

21.Quem da sua família trabalha na sua empresa?

Pode marcar mais de uma opção.

- ☐ Marido ou Esposa
- ☐ Filho(a)
- ☐ Irmão ou Irmã
- ☐ Pai ou Mãe
- ☐ Primos(as)
- ☐ Tios(as)
- ☐ _____

22.Qual o seu empreendimento hoteleiro?

Perfil social

Dados são referente a vida do empresário e sua participação na sociedade.

23.Você tem alguma empresa ou fonte de renda além do hotel?

- ☐ Sim
- ☐ Não

24.Qual tipo de empresa ou fonte de renda que você tem além do hotel?

25.Você participa de alguma entidade ou associação social?

() Sim

() Não

Perfil social

Dados são referentes a vida do empresário e sua participação na sociedade.

23.Você tem alguma empresa ou fonte de renda além do hotel?

() Sim

() Não

24.Qual tipo de empresa ou fonte de renda você tem além do hotel?

25.Você participa de alguma entidade ou associação social?

() Sim

() Não

26.Se sim, de que tipo?

() Pode escolher mais de uma opção

() Associação religiosa

() Associação de Bairro

() Movimentos sociais

() Partidos políticos

() Sindicato ou associação de classe

() _____

27.Você pode informar o nome da(s) entidade(s) ou associação(ões) social que participa?

28.Você é ou já foi filiado a algum partido político?

() Sim

() Não

29.Se foi filiado, por quanto tempo?

Se ainda for filiado considera todo período de filiação até os dias de hoje

30.Você já exerceu algum cargo público?

() Sim

() Não

31.Se sim, qual?

32.Você já recebeu alguma premiação ou teve reconhecimento público em função de suas atividades econômicas ou sociais?

() Sim

() Não

33.Qual o tipo de reconhecimento foi recebido?

Informações adicionais

Espaço reservado para o pesquisado possa trazer dados relevantes sobre sua história de vida.

34.Espaço reservado para informações que o(a) senhor(a) achar relevante para complementar as questões apresentadas nesse questionário

35.E-mail: _____

36.Celular: _____

**ANEXO 4 - Informações solicitadas a órgãos públicos vinculados ao turismo
(questionamentos e respostas)**



PREFEITURA MUNICIPAL DE MACEIÓ

SEMGE - Secretaria Municipal de Gestão
DTI - Diretoria de Tecnologia da Informação
Sistema de Ouvidoria do Município de Maceió

Protocolo do Pedido

Identificação da manifestação

Processo Nº: 3600.60403.2021
Manifestação Nº: 4883
Manifestante: ANTONIO DANIEL ALVES CARVALHO
Secretaria: SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO
Assunto: TURISMO
Bairro: Maceió
Local Fato: Pajuçara
Descrição: Prezado(a),

1 - Solicito os dados sobre o número absoluto de hóspedes que hospedagem em Maceió no anos de 2016 a 2020. Os relatórios forneceu aparecem apenas as porcentagens de ocupação no Est. Por esse motivo solicito os dados apenas de Maceió em números ab

2 - Solicito também a lista nominal de todos os conselheiros de Co Turismo. Importante constar o nome do conselheiro e qual é representado no conselho municipal de turismo. Solicito essa infor do funcionamento do conselho.

Atenciosamente,

Tipo da Manifestação	Solicitação de Serviço
Criada em:	10/08/2021 09:01
Prazo resposta:	30/08/2021 00:00
Visualizada por:	JULIANA TORRES MARINHO
Data visualizacao servidor:	30/08/2021 12:42
Respondido por:	JULIANA TORRES MARINHO
Data resposta servidor:	30/08/2021 12:48
Resposta manifestação:	Prezado Senhor Antônio, boa tarde!
	Em relação aos números, sugiro verificar a possibilidade de contat fazíamos a pesquisa de ocupação hoteleira.
	Em relação ao COMTUR, encaminho anexo a lei de criação do Co estamos passando por atualização.
	Cordialmente,
	Para acompanhar a manifestação: http://www.ouvidoria.maceio.al.gov.br/

Anexos

Nome:

14/08/2020

SEI/AL - 4005327 - Despacho

**ESTADO DE ALAGOAS****SECRETARIA DE ESTADO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E****Superintendência de Turismo**

Avenida da Paz, 1108, - Bairro Jaraguá, Maceió/AL, CEP 57022-050
 Telefone: (82) 3315-1713 - <http://www.sedetur.al.gov.br/>

DESPACHO

PROCESSO	E:02900.0000000870/2020
INTERESSADO	Assessoria Executiva da Transparência
ASSUNTO	LAI: Demanda do e-SIC

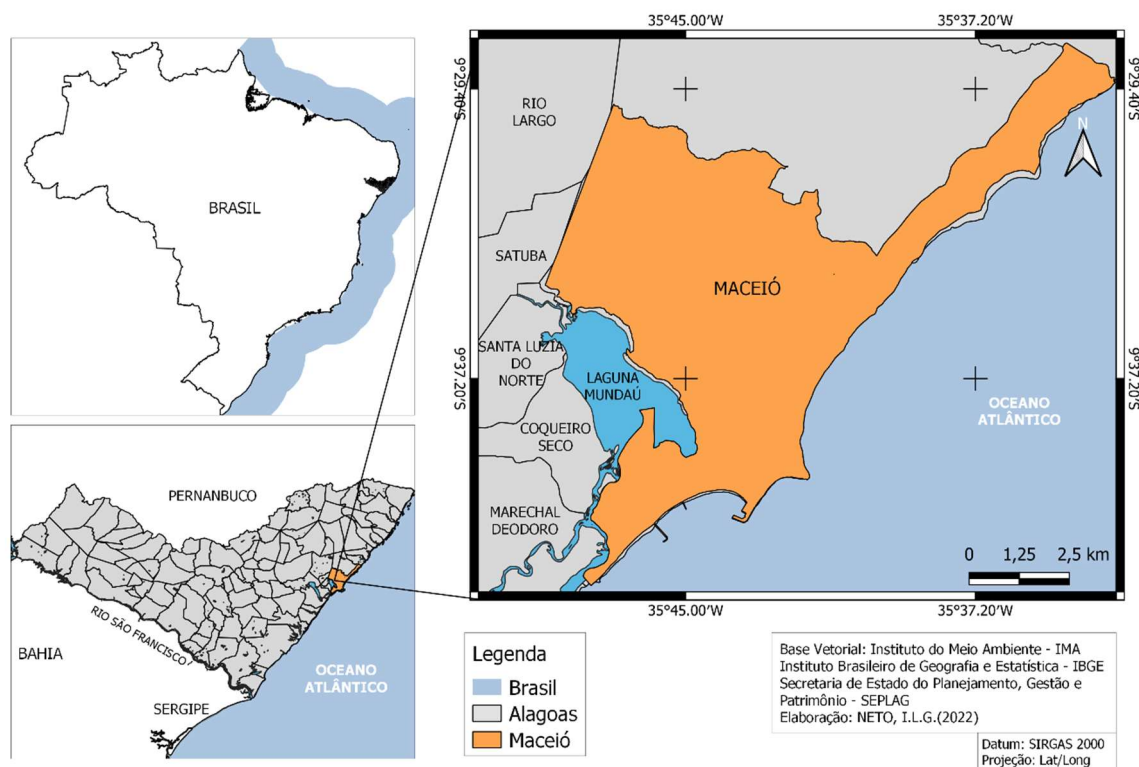
A Empresa Alagoana de Turismo - EMATUR, foi criada através de LEI nº 3148 de 1971, durante o Governo de Afrânio Lages, este órgão do turismo foi criado para dar desenvolvimento da atividade turística em Alagoas. O mesmo foi extinto no ano 2000 e o Instituto de Turismo ganhou status de secretaria estadual (incorporada hoje à de Desenvolvimento Econômico e Turismo).

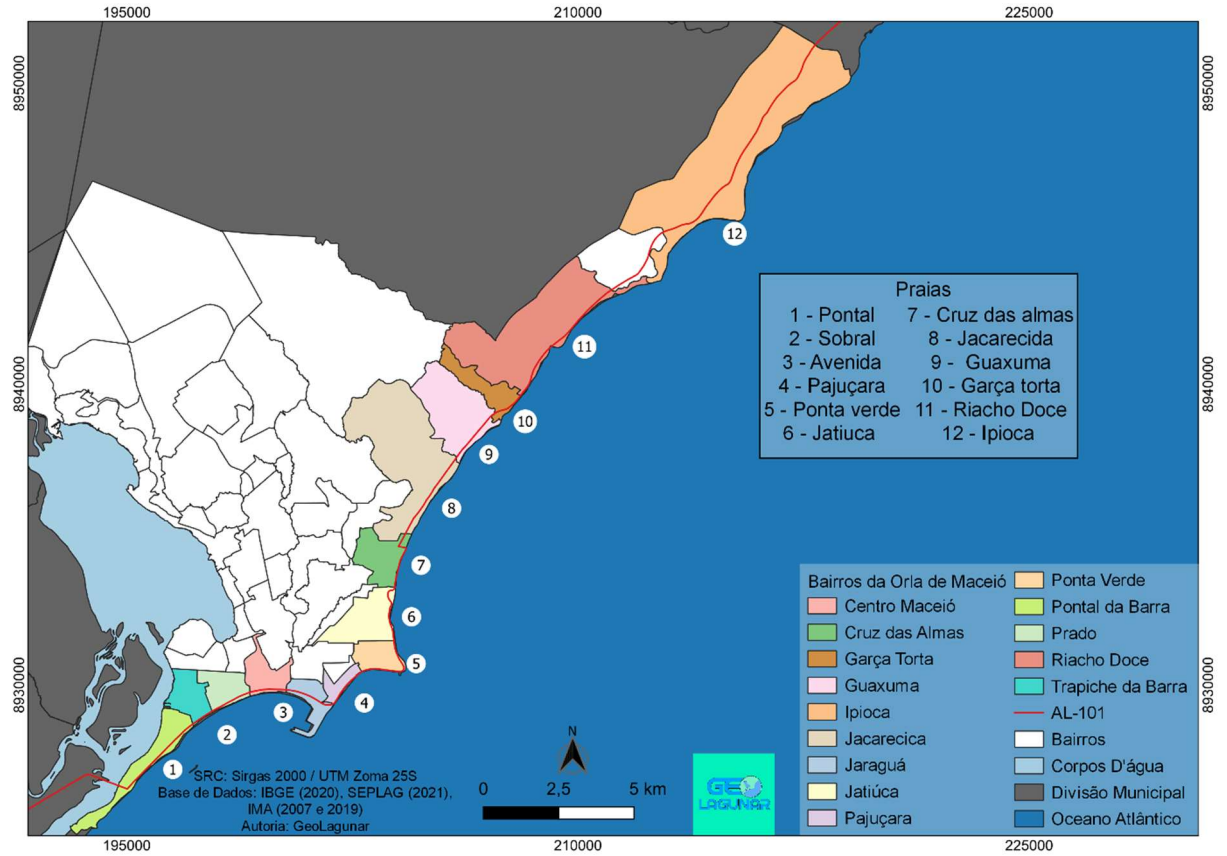
A Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo - SEDETUR através do decreto nº 01 de Janeiro de 2015 (4005327), sendo seu Marco Regulatório através do Lei Delegada nº 01 de Agosto de 2015 (4006221).

Demais informações acerca dos dirigentes, Lei de encerramento da EMATUR, Lei de criação da SEDETUR, não conseguimos adquirir de forma on line, pois os diários oficiais da época não foram digitalizados, por isso não foram encontrados via pesquisa na internet, bem como a divulgação da época não possuímos porque a cada ano se renova em campanhas publicitárias somente equivalente ao ano atual de 2020. Para adquirir é só entrar em contato com a Superintendência de Turismo (82) 3315-3776 / marketing@turismo.al.gov.br.

Sugiro que as demais informações sejam pesquisadas no Arquivo Público do Estado de Alagoas, situado na Rua D. Sá e Albuquerque, s/nº, Jaraguá, Maceió - AL - 57025-001.

ANEXO 5 - Referências Geográficas de Maceió





ANEXO 6 - Dados da Pesquisa

LISTA DE HOTÉIS

HOTEL	INÍCIO DA OPE- RAÇÃO	FECHADO	MOMENTOS	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	NATUREZA JURÍDICA	LEITOS	REDE
HOTEL DO COMMÉRCIO	1878		T0	Jaraguá	Orla	Sem informação		
HOTEL SALVA- DOR	1878		T0	Jaraguá	Interior	Sem informação		
HOTEL NOVA CINTRA	1886		T0	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL PIMENTA	1892		T0	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL UNIVER- SAL	1902		T0	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL COMER- CIAL	1905		T0	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL PETROPO- LIS	1910		T0	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL CENTRAL	1920		T0	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL LOPES	1940	1991	T0	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL LUSO BRASILEIRO	1940		T0	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL ATLÂN- TICO	1920	1992	T1	Jaraguá	Interior	Sem informação		

HOTEL	INÍCIO DA OPE- RAÇÃO	FECHADO	MOMENTOS	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	NATUREZA JURÍDICA	LEITOS	REDE
BELLA VISTA PA- LACE HOTEL	1923	1965	T1	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL AVENIDA	1930	1964	T1	Centro	Interior	Sem informação		
PARQUE HOTEL	1933	1990	T1	Centro	Interior	Sem informação		
MACEIÓ HOTEL	1935		T1	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL BEIRIZ	1958	1994	T1	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL CALIFOR- NIA	1960	1985	T1	Centro	Interior	Sem informação		
PARQUE HOTEL	1933	1990	T2	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL BEIRIZ	1958	1994	T2	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL BEIRA MAR	1972		T2	Centro	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada		
HOTEL LUXOR	1973		T2	Centro	Orla	Sem informação		Luxor Hotels
HOTEL JACIOBÁ	1980	1990	T2	Centro	Interior	Sem informação		
HOTEL JANGADA	1980	1990	T2	Centro		Sociedade Empresária Limi- tada		
HOTEL SOBRAL	1980	1990	T2	Centro		Sem informação		
PAJUÇARA OTHON TRAVEI	1980	2005	T2	Pajuçara	Interior	Sem informação		Hoteis Othon

HOTEL	INÍCIO DA OPE- RAÇÃO	FECHADO	MOMENTOS	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	NATUREZA JURÍDICA	LEITOS	REDE
TANI PLAZA	1980	1990	T2	Cruz das Al- mas	Interior	Sem informação		
HOTEL OURO BRANCO MACEIO	1985	2015	T2	Pajuçara	Interior	Sem informação	252	Hotéis Ouro Branco
HOTEL VEREDA TROPICAL	1989	1999	T2	Sem infor- mação		Sem informação		
RITZ PRAIA HO- TEL MACEIÓ	1990		T2	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	117	Ritz Hoteis
HOTEL RITZ PLA- ZAMAR	1992		T2	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	106	Ritz Hoteis
SAN MARINO SUITE HOTEL	1993		T2	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	378	
CONDE HOTEL	1994		T2	Cruz das Al- mas	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	140	
HOTEL POUSADA GOGO DA EMA	1994		T2	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	80	
BLUEMAR HOTEL	1996	29/10/2019	T2	Jatiúca	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada		
HOTEL JATIÚCA	1979		T2	Jatiúca	Orla	Sociedade Anônima Fechada	271	Jatiucas hoteis
HOTEL PONTA VERDE	1980		T2	Ponta Verde	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	556	Ponta Verde hoteis
MACEIO MAR HOTEL	1989		T2	Ponta Verde	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	109	Maceió Mar Empreendimen- tos
TRÓPICO PRAIA HOTEL	1984		T2	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	195	
LAGUNA PRAIA HOTEL	1984		T2	Pajuçara	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	75	

HOTEL	INÍCIO DA OPE- RAÇÃO	FECHADO	MOMENTOS	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	NATUREZA JURÍDICA	LEITOS	REDE
MATSUBARA HO- TEL	1985		T2	Cruz das Al- mas	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	220	
HOTEL VERDE MAR	1985		T2	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	150	
SOLARA PRAIA HOTEL	1991	2017	T2	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	Sem infor- mação	
VELEIRO PRAIA HOTEL	1986		T2	Mangabeiras	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	60	
TAMBAQUI PRAIA HOTEL	1986		T2	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	262	
POUSADA DES BASQUES	1989		T2	Jatiúca	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	96	
GURGURI PRAIA HOTEL	1989		T2	Guaxuma	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	114	
HOTEL COSTA- MAR	1989		T2	Ponta Verde	Interior	Empresa Individual de Res- ponsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	149	Brisa Hotéis
HOTEL PORTO GRANDE	1989		T2	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	68	
VILLAGE PRA- TAGY RESORT	1990		T2	Pescaria	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	720	Sol Hotéis
HOTEL PORTO DA PRAIA	1991		T2	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	398	
HOTEL CIRIBAI	1997		T2	Jatiúca	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	80	
HOTEL LIVRA- MENTO	1992		T2	Centro	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	32	
HOTEL MELIÁ MACIEIÓ	1992	29/05/2007	T2	Jatiúca	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	521	Meliá Hotels In- ternational

HOTEL	INÍCIO DA OPE- RAÇÃO	FECHADO	MOMENTOS	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	NATUREZA JURÍDICA	LEITOS	REDE
HOTEL ENSEADA	1995		T2	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	250	
IBIS MACEIÓ PA- JUÇARA	1995		T2	Pajuçara	Orla	Sociedade Anônima Fechada	130	Accor Hotels
COQUEIROS EX- PRESS HOTEL	1997		T2	Ponta Verde	Interior	Empresário (Individual)	96	
SESC - GUAXUMA	2000		T2	Guaxuma	Orla	Serviço Social Autônomo	146	SESC
MACEIÓ MAR HOTEL	1989		T2	Ponta Verde	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	411	
SETE COQUEIROS HOTEL MACEIÓ	1991		T2	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	234	
VISTA MAR HO- TEL BUSINESS	1990	1990	T2	Pajuçara	Orla	Empresa Individual de Res- ponsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	160	
RITZ LAGOA DA ANTA	2001		T3	Cruz das Al- mas	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	540	Ritz Hoteis
PAJUÇARA HOTEL EXPRESS	2006		T3	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	137	Sem rede
LAGOA MAR INN	2007		T3	Ponta Verde	Interior	Empresa Individual de Res- ponsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	130	Sem rede
HOTEL BRISA MAR	2011		T3	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	219	Brisa Hotéis
MACEIO MAR HOTEL	1989		T3	Ponta Verde	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	109	Maceió Mar Empreendimen- tos
SAINT PATRICK PRAIA HOTEL	2008		T3	Jatiúca	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	116	Sem rede

HOTEL	INÍCIO DA OPE- RAÇÃO	FECHADO	MOMENTOS	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	NATUREZA JURÍDICA	LEITOS	REDE
CAIS DA PRAIA HOTEL	2002		T3	Jatiúca	Orla	Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	107	Sem rede
PORTO MAR HOTEL	2002		T3	Jatiúca	Interior	Sociedade Empresária Limitada	120	Sem rede
REYMAR EXPRESS	2003		T3	Cruz das Almas	Orla	Sociedade Empresária Limitada	240	Sem rede
HOTEL ESCUNA PRAIA	2003		T3	Mangabeiras	Interior	Empresário (Individual)	48	Sem rede
PAJUÇARA PRAIA HOTEL	2004		T3	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limitada	339	Grupo Pajuçara
HOTEL BRISA TOWER	2008		T3	Jatiúca	Orla	Sociedade Empresária Limitada	225	Brisa Hotéis
HOTEL PALMA-NOVA	2005		T3	Cruz das Almas	Interior	Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	56	Sem rede
SALINAS MACEIÓ	2008		T3	Ipioca	Orla	Sociedade Empresária Limitada	450	Amarante Hospitalidade
TROPICALIS HOTEL	2007		T3	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limitada	321	Tropicalis Hotéis
MACEIÓ ATLANTIC SUITES	2007		T3	Jatiúca	Orla	Sociedade Empresária Limitada	521	Sem rede
RITZ CORALLI HOTEL	2007		T3	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limitada	106	Ritz Hotels
SETE COQUEIROS HOTEL MACEIÓ	2007		T3	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limitada	234	GJP Hotels & Resorts
BEST WESTERN PREMIE MACEIÓ	2009		T3	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limitada	390	Intercontinental Hotels Group
RADISSON HOTEL	2008	2016	T3	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limitada	390	Atlântica Hotels International

HOTEL	INÍCIO DA OPE- RAÇÃO	FECHADO	MOMENTOS	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	NATUREZA JURÍDICA	LEITOS	REDE
RITZ SUITES HOME SERVICE	2008		T3	Cruz das Al- mas	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	980	Ritz Hoteis
HOTEL PORTO MACEIÓ	2008		T3	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	60	Sem rede
HOLIDAY INN EX- PRESS MACEIO - PONTA VERDE	2008		T3	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	240	Intercontinental Hotels Group
ATLANTICO HO- TEL	2008		T3	Riacho Doce	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	120	Sem rede
HOTEL D'ANATU- REZA	2009		T3	Ipioca	Orla	Empresa Individual de Res- ponsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	260	Sem rede
ÁGUA DE COCO HOTEL	2009		T3	Cruz das Al- mas	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	38	Sem rede
PRATAGY BEACH - WYNDHAM	2005		T3	Pescaria	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	720	GBA Adminis- tradora de Ho- tel LTDA.
SLIM TROPICALIS HOTEL	2009		T3	Pajuçara	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	443	Tropicalis Ho- téis
HOTEL PRAIA BO- NITA JANGADEI- ROS	2009		T3	Pajuçara	Orla	Empresário (Individual)	57	Brisa Hotéis
HOTEL BRISA SUI- TES	2010		T3	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	222	Brisa Hotéis
HOTEL MERCURE MACEIÓ PAJU- ÇARA	2011		T3	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	173	Accor Hotels
MARINAS MA- CEIÓ HOTEL	2010		T3	Jatiúca	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	262	Sem rede
PORTO KAETE HOTEL	2012		T3	Jatiúca	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	107	Sem rede

HOTEL	INÍCIO DA OPE- RAÇÃO	FECHADO	MOMENTOS	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	NATUREZA JURÍDICA	LEITOS	REDE
HOTEL MERIDI- ANO	2012		T3	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	330	Sem rede
MACEIO PALACE HOTEL	2012		T3	Centro	Interior	Empresa Individual de Res- ponsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	20	Sem rede
ACQUA SUITES	2013		T3	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	411	Maceió Mar Empreendimen- tos
HOTEL REFUGIO MACEIÓ	2013		T3	Ponta da Terra	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	80	Sem rede
AMENIT HOTEL	2015		T3	Pajuçara	Interior	Empresa Individual de Res- ponsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	60	Sem rede
ARAM OURO BRANCO HOTEL	2015		T3	Pajuçara	Interior	Empresa Individual de Res- ponsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	252	Aram Hotéis
FLIX HOTEL	2015		T3	Jatiúca	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	350	Sem rede
HOTEL PRAIA BO- NITA PAJUÇARA	2002		T3	Pajuçara	Orla	Empresa Individual de Res- ponsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	78	Brisa Hotéis
HOTEL PRAIA BO- NITA JATIÚCA	2013		T3	Jatiúca	Orla	Empresa Individual de Res- ponsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	66	Brisa Hotéis
INTERCITY MA- CEIÓ	2017		T3	Ponta Verde	Interior	Sociedade Anônima Fechada	480	Intercity Hotels
SAINT PATRICK PONTA VERDE	2017		T3	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	140	Sem rede
WAVE SUITES	2017		T3	Jatiúca	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	60	Sem rede

HOTEL	INÍCIO DA OPE- RAÇÃO	FECHADO	MOMENTOS	BAIRRO	LOCALIZAÇÃO	NATUREZA JURÍDICA	LEITOS	REDE
JATIÚCA SUITES RESORT BY SLA- VIERO HOTÉIS	2017		T3	Jatiúca	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	200	Slaviero Hotéis
HOTEL SOFTINN MACEIÓ PONTA VERDE	2017		T3	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	249	Louvre Hotels Group
COMFORT HOTEL	2018		T3	Ponta Verde	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	256	Atlantica Hotels
EXPRESSO R1	2013		T3	Jatiúca	Interior	Sociedade Empresária Limi- tada	90	Sem rede
HAPPY PAJU- CARA	2018		T3	Pajuçara	Orla	Sociedade Empresária Limi- tada	103	Happy Hoteis

HOTELEIROS

HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL
Hotel do Comércio		José Simons	Estrangeiro					
Hotel Salvador		Sem informação						
Hotel Nova Cintra		José Simons	Estrangeiro					
Hotel Pimenta		Maria Pimenta	Alagoas					
Hotel Universal		Aureliano Braz						
Hotel Comercial		Sem informação						
Hotel Petropolis		João Ramos						
Hotel Central		Pedro Gonçalves						
Hotel Lopes		Lopes Sá	Alagoas					
Hotel Luso Brasileiro		Manuel Almeida e Luzanira Almeida	Estrangeiro					
Hotel Atlântico		Manoel Simplicio Miranda	Alagoas	Fundamental	João Simplicio de Miranda	Pastor da Igreja Batista	Foi proprietário de 2 bares no centro da cidade	Membro da Maçonaria Frequentador de festas na cidade
Bella Vista Palace Hotel		Abid Abay	Estrangeiro					

HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL
Hotel Avenida		Euclides Medeiros Gonçalves	Outro estado					
Parque Hotel		Euclides Medeiros Gonçalves	Outro estado	Fundamental	Antonio José Gonçalves	Comerciante	Teve um sítio com criação de vaca nos entornos de Maceió	Membro da Maçonaria
Maceió Hotel		Celma Amancio Rodrigues	Alagoas					
Hotel Beiriz		Carlos da Silva Nogueira	Alagoas		João da Silva Nogueira	Empresário (Dono de armazem na zona portuária)	Terrenos na cidade de Maceió, imóveis, franquias da Cerveja Teutonia e investimentos em ações.	Associação comercial de Maceió Membro da Irmandade da Santa Casa de Maceió Membro da Federação das Indústrias de Alagoas Fundador Liga Alagoana contra a Tuberculose Sócio fundador da Sociedade Civil Escola de Enfermagem de Alagoas
Hotel California								
Parque Hotel		Jaguaraci Barros Gonçalves	Alagoas	Técnico	Euclides Medeiros Gonçalves	Hoteleiro	Funcionária pública - Trabalhava como fiscal do trabalho	Filiada ao Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Estado de Alagoas (https://is-suu.com/panrotas/docs/1987-10-175)

HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL
Hotel Beiriz		Ismar Gatto	Outro estado	Superior	Osorio Calheiros Gatto	Desembargador - Aprovava as contas do Estado	Teve um laboratório de análises clínicas Herdou a gestão do Hotel Beiriz Gerenciou a franquia da Cerveja Teutonia	Membro efetivo da Academia Alagoana de Medicina Membro emérito da Academia Alagoana de Letras Membro Instituto Histórico e Geográfico de Alagoas da Sociedade Brasileira de Médicos Escritores Fundou o Núcleo de Educação Ambiental Francisco de Assis (Neafa). Ismar Gatto ajudou a fundar os cursos de artes da Universidade Federal de Alagoas e doou um vasto acervo para o Espaço Cultural.
Hotel Beira-Mar		Fernando Mascarenhas de Britto	Outro estado	Técnico	Florival Britto	Comerciante		
Hotel Luxor	Luxor Hotels	Sem informação						
Hotel Jaciobá		Climério Sarmiento de Andrade						
Hotel Jangada								
Hotel Sobral								
Pajuçara Othon Travel	Hoteis Othon	Othon Bezerra de Mello	Outro estado				Industrial brasileiro	

HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL
Tani Plaza		Hiromi Tani E Riyoko Tani	Estrangeiro				Proprietários da ALENTUR, agência de Turismo, moteis e comercios na cidade. (Historia de Alagoas)	
HOTEL OURO BRANCO MACÉIO	Hotéis Ouro Branco	Chussumu Ueoka						
Hotel Vereda Tropical								
RITZ PRAIA HOTEL MACÉIO	Ritz Hoteis	BERNARDO GOMES COELHO DA CUNHA	Outro estado					
HOTEL RITZ PLAZAMAR	Ritz Hoteis	ANA CAROLINA GOMES COELHO LEO						
SAN MARINO SUITE HOTEL		SAMIRA RASSI	Alagoas	Superior				Vic-presidente da ABIH/AL em 1998 (Revista Pan Rotas)
CONDE HOTEL		EDER CLEMENTE PIO	Outro estado	Superior				
HOTEL POU-SADA GOGO DA EMA		ESTELLA MARIA PEIXOTO MONTEIRO						
BLUEMAR HOTEL		Roberta Amorim Malta					Socia de empresas de alimentos e vestuário	
HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL

HOTEL JATI-ÚCA	Jatiucas hoteis	Helena Lundgren	Outro estado		Herman Lundgren	Empresário e industrial	Herdeira das Lojas Pernambucanas Presidente do Grupo pernambucanas	Diretora de museus como o de Arte Contemporânea em Olinda
HOTEL PONTA VERDE	Ponta Verde hoteis	Mauro José do Monte Vasconcelos (Filho)	Alagoas	Superior	Hélio de Castro Vasconcelo	Imobiliário e hotelaria	Proprietário da rede de hotéis ponta verde e da imobiliária Ponta Verde Empreendimentos Ltda. es	Presidente da ABIH/AL 2000-2001 Membro da Sociedade Amigos da Marinha – Soamar-AL Vice-presidente Sindicato Empresarial de Hospedagem e Alimentação de Alagoas 2020-2021
MACEIO MAR HOTEL	Maceió Mar Empreendimentos	Luiz José do Monte Vasconcelos	Alagoas		Hélio de Castro Vasconcelo	Imobiliário e hotelaria		Associado a ABIH/AL
TRÓPICO PRAIA HOTEL		CELIA PEDROSA DE CARVALHO						
LAGUNA PRAIA HOTEL		ZERILDE PEDROSA DE OLIVEIRA CAVALCANTE PESOA	Alagoas	Superior				
MATSUBARA HOTEL		NAIR ATSUKO MATSUBARA	Estrangeiro				Rede de hotéis Matsubara	
HOTEL VERDE MAR		MARCELO MARQUES DA COSTA	Outro estado	Superior				Presidente do Sindicato Empresarial de Hospedagem e Alimentação de Alagoas 2020-2021
Solara Praia Hotel		EDUARDO JOSE DE MOURA LIMA	Alagoas	Superior	Gefferson de Oliveira Lima			
HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL

VELEIRO PRAIA HOTEL		JOSE CICERO NOVAES AGRA						
TAMBAQUI PRAIA HOTEL		LUIZ HENRIQUE FERNANDES COELHO	Outro estado	Superior	José Coracy de Souza Coelho e Geny Fernandes de Souza Coelho		Proprietário da Construtora Placic	Membro da Associação das Empresas do Mercado Imobiliário de Alagoas - ADEMI/AL; Sindicato da Indústria da Construção do Estado de Alagoas - Sinduscom e da ABIH/AL
POUSADA DES BASQUES		ANDRE GEORGES CHAMBRES						Associado a ABIH/AL
GURGURI PRAIA HOTEL		LUIGI CHIAPPETTA					Proprietário da Gurguri Incorporadora do Nordeste	
HOTEL COSTAMAR	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO	Alagoas	Superior	Ismar Gatto	Médico e Empresário	Empresário por herança da família, administra a rede Brisa Hotéis, sendo proprietário de 4 hotéis da rede, sócio da imobiliária Nogueira Gatto	Secretário 2006 Secretaria de turismo de Maceió
HOTEL PORTO GRANDE		ANDRE GUSTAVO SAMPAIO SORIANO		Superior			Trabalha tbm com engenheiro na sampaio soriano construção	
VILLAGE PRATAGY RESORT	Sol Hotéis	Fernando Rubem Canuto de Amorim		Superior	Luisa Ilza Canuto de Amorim		ATIVA EMPREENDIMENTOS LTDA	Filiado ao Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Estado de Alagoas (https://issuu.com/panrotas/docs/1987-10-175)
HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL

HOTEL PORTO DA PRAIA		ANA MARIA DE PAIVA VASCO		Superior				Associada a ABIH/AL
HOTEL CIRIBAI		SONIA ANGELICA COUTO MOURA					Foi socia da agencia de viagem Ciribai Viagem e turismo	
HOTEL LIVRAMENTO		FLAVIO DOURADO GONCALVES	Outro estado					
Hotel Meliá Macieió	Meliá Hotels International	Rui Manuel Carvalhas Lobo de Oliveira	Estrangeiro				Melia Sol hotels	Ranqueado como 5 estrelas
HOTEL ENSEADA		Genilda Castro Jatoba Remigio	Alagoas	Superior		Industrial (usineiro)	Proprietária da Autoforte Veiculos Ltda e do terrenos da praia do Gunga	
IBIS MACEIÓ PAJUÇARA	Accor Hotels	Denisson Flores					Socio da Agrovale	
COQUEIROS EXPRESS HOTEL		RICARDO ANDRE DUARTE SANTOS	Alagoas	Superior				Presidente da ABIH/AL 2020-2021
SESC - GUA-XUMA	SESC	Serviço Social do Comércio						
HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL

MACEIÓ MAR HOTEL		MILTON HE- NIO NETO DE GOUVEIA VASCONCE- LOS	Alagoas	Superior	Luiz José do Monte Vascon- celos	Hoteleiro e imobiliário	Diretor de Relação Instituci- onal-ABIH/AL	Diretor do Maceió Mar Hotel e do Acqua Suítes, Conselheiro da Cons- trutora MME
SETE CO- QUEIROS HOTEL MA- CEIÓ		JOSÉ GUIDO DOS SANTOS / WALDIR DUARTE SANTOS	Alagoas	Superior	José Guido do Rego Santos	Varejista de móveis	Sócio da Agência de tu- rismo WS Turismo e de empresa agropecuária	Presidente da ABIH/AL 2002- 2003/1996-1997/ Associado ao SINDHAL Associado a ABAV/AL
VISTA MAR HOTEL BU- SINESS		MARCELO MARQUES DA COSTA	Outro estado	Superior			Administra Hotel Verde Mar e o Vistamar Hotel	Presidente do Sindicato Empresarial de Hospedagem e Alimentação de Alagoas 2020-2021
RITZ LAGOA DA ANTA	Ritz Hoteis	MARCIO AU- GUSTO GO- MES COE- LHO	Outro estado	Superior	Cesar Coe- lho	Hoteleiro	Sócio da empresases OPERADORA HOTELEIRA RITZ LTDA - ME CONCOE - CONSTRUTORA COELHO E INCORPORA- DORA LTDA	Foi presidente da ABIH-AL, atu- ando ainda no Maceió Conven- tion
PAJUÇARA HOTEL EX- PRESS	Sem rede	BERNAR- DINO NO- GUEIRA DE LIMA FILHO	Alagoas		BERNAR- DINO NO- GUEIRA DE LIMA		Sócio de hotéis, posto de gasolina e de uma Hol- ding	
LAGOA MAR INN	Sem rede	MARCOS THADEU DE QUEIROZ FERREIRA						

HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL
HOTEL BRISA MAR	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO	Alagoas	Superior	Ismar Gatto	Médico e Empresário	Empresário por herança da família, administra a rede Brisa Hotéis, sendo proprietário de 4 hotéis da rede, sócio da imobiliária Nogueira Gatto	Secretario 2006 Secretria de turismo de Maceió
MACEIO MAR HOTEL	Maceió Mar Empreendimentos	Milton Hênio Neto de Gouveia Vasconcelos	Alagoas	Superior	Luiz José do Monte Vasconcelos		Diretor do Maceió Mar Hotel e do Acqua Suítes, Conselheiro da Construtora MME e Diretor Financeiro do Maceió Convention e Visitors Bureau	Diretor de Relação Institucional-ABIH/AL
SAINT PATRICK PRAIA HOTEL	Sem rede	ANDRE GEORGES CHAMBRES						Associado a ABIH/AL
CAIS DA PRAIA HOTEL	Sem rede	EDITH CAROLINA NOGUEIRA DOS ANJOS	Alagoas				Socia da NDA ADMINISTRACAO E PARTICIPACOES LTDA, Nogueira & Gatto Hotelaria LTDA	
PORTO MAR HOTEL	Sem rede	MARLENE MAYER MARTINS			<u>ALAGOAS</u> <u>DIESEL S A</u>			
REYMAR EXPRESS	Sem rede	REYNALDO AMORIM MALTA			ROBERTO GENTIL MENDONÇA MALTA		Grupo Reymar	
HOTEL ESCUNA PRAIA	Sem rede	ANA MARIA LEITAO MENDES						

HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL
PAJUÇARA PRAIA HOTEL	Grupo Pajuçara	ANA SOFIA SARMENTO PEDROSA NOGUEIRA DE LIMA	Alagoas	Superior				
HOTEL BRISA TOWER	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO	Alagoas	Superior	Ismar Gatto	Médico e Empresário		Secretario 2006 Secretria de turismo de Maceió
HOTEL PALMANOVA	Sem rede	GIOVANNI MUCELLI	Estrangeiro	Superior				
Salinas Maceió	Amarante Hospitalidade	MARCIO DE VASCONCELOS SILVA	Alagoas	Superior	Mário Saldanha da Silva	Comerciante	Empresa de construção, destilaria, fazenda e uma usina	Tem uma ação beneficente Salinas Socia
TROPICALIS HOTEL	Tropicalis Hotéis	GLENIO VASCONCELOS CEDRIM	Alagoas	Superior			Gerencia a rede Tropicalis Hotéis, Agência de turismo Tropicana e tem sociedade em Holdings	Foi presidente da ABIH-AL (2006-2007 e 2012-2013) Presidente do Maceió Convention & Bureau Visitors
MACEIÓ ATLANTIC SUITES	Sem rede	Alfredo Antonio Cesar Rebelo	Alagoas	Superior		Maria das Dores Cesar Rebelo	Consultor de hotelaria e sócio da Mariana Caiçara	FUNDAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM ALAGOAS (MACEIÓ CONVENTION & VISITORS BUREAU) Presidente em 2013
RITZ CORALLI HOTEL	Ritz Hotéis	DARCILIA GOMES BRUNO COELHO						
SETE COQUEIROS HOTEL MACEIÓ	GJP Hotels & Resorts	Guilherme de Jesus Paulus /	Outro estado	Superior			Sócio fundador da CVC turismo	

HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL
BEST WESTERN Premi Maceió	Intercontinental Hotels Group	EDUARDO BRANDAO TAVARES					É sócio de um imobiliária	Associado a ABIH/AL
Radisson Hotel	Atlântica Hotels International	EDUARDO BRANDAO TAVARES					É sócio de um imobiliária	Associado a ABIH/AL
RITZ SUITES HOME SERVICE	Ritz Hoteis	MARCIO AUGUSTO GOMES COELHO	Outro estado	Superior				Foi presidente da ABIH-AL, atuando ainda no Maceió Convention
HOTEL PORTO MACEIÓ	Sem rede	ANA MARIA DE PAIVA VASCO		Superior				
HOLIDAY INN EXPRESS MACEIO - PONTA VERDE	Intercontinental Hotels Group	CRISTOVAO APARECIDO FERREIRA	Alagoas				Proprietário água mineral aldenaran	Diretor financeiro do Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidor do Estado de Alagoas - SINCADEAL
ATLANTICO HOTEL	Sem rede	ALBERTO MARIA BESACCHI	Estrangeiro		Erminia Buraschi			
HOTEL D'A-NATUREZA	Sem rede	DIANA NELIDA ZAZZETTA					Sócia de uma empresa de segurança	
ÁGUA DE COCO HOTEL	Sem rede	VITOR ROBSON DE PAULA BORGES			Maria Celia de Paula Borges		Proprietário da Pousda Água de Coco Fabrica de biscoito	
HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL

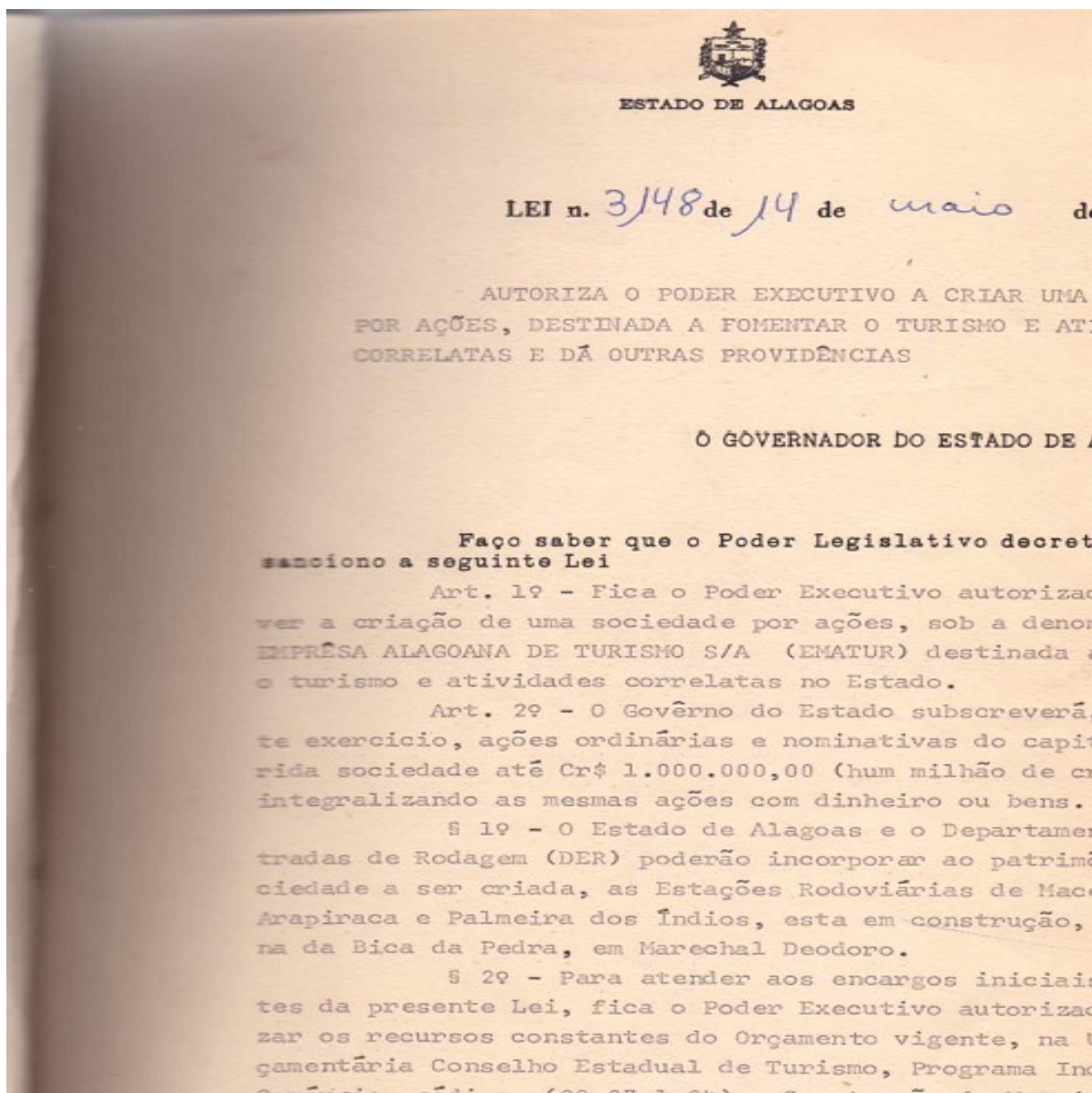
PRATAGY BEACH - WYNDHAM	GBA Administradora de Hotel LTDA.	BERNARDO MALTA DE AMORIM			Fernando Rubem Canuto de Amorim		Sócio da construtora Ativa empreendimentos LTDA Casa de Show Café de la Music - Maceió	
SLIM TROPICALIS HOTEL	Tropicalis Hotéis	GLENIO VASCONCELOS CEDRIM	Alagoas	Superior			Gerencia a rede Tropicalis Hotéis, Agência de turismo Tropicana e tem sociedade em Holdings	Foi presidente da ABIH-AL (2006-2007 e 2012-2013) Presidente do Maceió Convention & Bureau Visitors
HOTEL PRAIA BONITA JANGADEIROS	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO	Alagoas	Superior	Ismar Gatto	Médico e Empresário		Secretario 2006 Secretaria de turismo de Maceió
HOTEL BRISA SUITES	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO	Alagoas	Superior	Ismar Gatto	Médico e Empresário		Secretario 2006 Secretaria de turismo de Maceió
HOTEL MERCURE MACEIÓ PAJUÇARA	Accor Hotels	Andre Toledo de Albuquerque	Alagoas		Stelio Darci Cerqueira de Albuquerque	Tabelião e fazendeiro	Sócio de empresa de agronegócios, holdings. Processamento de dados, fazenda, indústria E-paletes Bioenergia	Membro da ADEMI-AL (Associação das Empresas do Mercado Imobiliário de Alagoas) Hotel é associado a ABIH/AL, porém o empresário não participa diretamente na associação ficando a cargo dos administradores do hotel.
MARINAS MACEIÓ HOTEL	Sem rede	ELIONALDO MAURICIO MAGALHAES MORAES	Outro estado	Superior	José Apinázio de Moraes Noêmia Magalhães Moraes			Sócio fundador da ATRIAL - Associação dos Tributaristas de Alagoas
HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL

PORTO KAETE HOTEL	Sem rede	ANA MARIA DE PAIVA VASCO		Superior				
HOTEL MERIDIANO	Sem rede	LUIZ PEREIRA MARTINS PIRES					Agropecuaristas	
MACEIO PALACE HOTEL	Sem rede	DANYELLE GYSELLE SOARES DE ALMEIDA						
ACQUA SUITES	Maceió Mar Empreendimentos	ADRIANA VASCONCELOS COUTINHO	Alagoas	Superior	Luiz José do Monte Vasconcelos	Hoteleiro e imobiliário	BONANCA ADMINISTRAÇÃO DE HOTEIS LTDA DRIVE ALUGUEL DE AUTOMOVEIS LTDA - ME TARGET LOCACOES DO BRASIL LTDA - EPP	
HOTEL REFUGIO MACEIÓ	Sem rede	MAURICIO VIANA DA MOTA						
Amenit Hotel	Sem rede	IZABEL ANDRADE MOURAO						
ARAM OURO BRANCO HOTEL	Aram Hotéis	MANOEL ANDRADE LIMA FILHO	Outro estado					Presidente da ABIH/RN (Diretor Adm-financeiro 2019-2020 e 2021-2022)
FLIX HOTEL	Sem rede	THOMAZ CAVALCANTE ALMEIDA LINS SILVA		Superior				
HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL

HOTEL PRAIA BONITA PAJUÇARA	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO	Alagoas	Superior	Ismar Gatto	Médico e Empresário	Empresario por herança da família, administra a rede Brisa Hoteis, sendo proprietário de 4 hoteis da rede, sócio da imobiliária Nogueira Gatto cidades	Secretario 2006 Secretria de turismo de Maceió
HOTEL PRAIA BONITA JATIÚCA	Brisa Hotéis	CARLOS ANTONIO NOGUEIRA GATTO	Alagoas	Superior	Ismar Gatto	Médico e Empresário	Empresario por herança da família, administra a rede Brisa Hoteis, sendo proprietário de 4 hoteis da rede, sócio da imobiliária Nogueira Gatto	Secretario 2006 Secretria de turismo de Maceió
INTERCITY MACEIÓ	Intercity Hotels	VITOR INDA POLITO						
SAINT PATRICK PONTA VERDE	Sem rede	ANDRE GEORGES CHAMBRES						Associado a ABIH/AL
WAVE SUITES	Sem rede	LUIZA LOUREIRO BRASILEIRO	Alagoas	Superior				
Jatiúca Suites Resort by Slaviero Hotéis	Slaviero Hotéis	Eduardo Slaviero Campos						
Hotel Softinn Maceió Ponta verde	Louvre Hotels Group							
HOTEL	REDE	PROPRIETÁRIO	ORIGEM	ESCOLARIDADE	PAIS	PROFISSÃO DO PAIS	CAPITAL ECONÔMICO	CAPITAL SOCIAL

COMFORT HOTEL	Atlantica Hotels	RICARDO BLUVOL		Superior				
EXPRESSO R1	Sem rede	FLAVIO SABINO DE OLIVEIRA PEREIRA		Superior				
HAPPY PAJUCARA	Happy Hoteis	ENRICO FERREIRA FONTES	Outro estado		Ana Ligya Ferreira de Almeida Fontes			

ANEXO 7 - Lei 3.148, de 14 de Maio de 1971



LEI nº 3/48

- fls. 2

Art. 3º - No capital da Companhia a ser organizada, o Estado manterá sempre a participação mínima de 51% (cinquenta e um por cento) computando-se para isso as ações próprias de autarquias estaduais e as de sua propriedade nas sociedades de economia mista com sua participação majoritária.

Art. 4º - A EMATUR será administrada por uma Diretoria Executiva e se regerá pela legislação especial vigente.

Art. 5º - Além da Diretoria Executiva, integra a EMATUR o Conselho Estadual de Turismo (CETUR), que terá as atribuições de definir, planejar e coordenar a política de turismo no Estado de Alagoas.

Parágrafo Único - O Conselho Estadual de Turismo será constituído pelo Secretário de Planejamento, como seu Presidente, um Diretor da EMATUR e cinco (5) membros eleitos, pela Assembleia Geral da Sociedade.

Art. 6º - O regime jurídico dos empregados da EMATUR será o da Consolidação das Leis do Trabalho.

Parágrafo Único - O Poder Executivo poderá colocar à disposição da EMATUR servidores do seu Serviço Civil, sem prejuízo dos direitos e vantagens que lhes assistam.

Art. 7º - A EMATUR ficará vinculada à Secretaria de Planejamento - SEPLAN.

Art. 8º - A presente Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

PALÁCIO MARECHAL FLORIANO, em Maceió, 14 de maio de 1971, 83º da República.

Antônio Carlos
Antônio Carlos
Antônio Carlos
Antônio Carlos
Antônio Carlos

ANEXO 8 - Lei nº 4.021, de 26 de março de 1991

Salvador Em: 04/02/2022

Câmara Municipal
Maceió

ARQUIVO
DISPONIBILIZADO
SITE.

Validador:
<https://www.maceio.al.gov.br>



ESTADO DE ALAGOAS

PREFEITURA MUNICIPAL DE MACEIÓ

LEI Nº 4.021 de 26 de março de 1991

CRIA A EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE MACEIÓ E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

A CÂMARA MUNICIPAL DE MACEIÓ decreta e eu sanciono a seguinte Lei.

Art. 1º - Fica o Executivo Municipal autorizado a tomar as medidas e atos necessários à constituição, instalação e funcionamento de empresa pública, a denominar-se Empresa Municipal de Maceió - EMTURMA, com sede e fóro no município de Maceió.

Art. 2º - A EMTURMA terá o capital de CR\$ 529.880.46 (Quinhentos e Vinte e Nove Milhões, Oitocentos e Oitenta Mil centos e Sessenta e Seis Cruzeiros), que será subscrito e pago pela Prefeitura Municipal de Maceió dentro do prazo de um ano, em dinheiro, valores, bens imóveis e direitos a eles relativos, sendo que nas duas últimas modalidades, pelo valor correspondente à avaliação feita pelo órgão competente da Prefeitura.

Art. 3º - Fica o Executivo Municipal autorizado a tomar as providências necessárias para a EMTURMA nos termos do artigo anterior, bens imóveis e direitos a eles relativos, que sejam julgados do interesse da Prefeitura para a realização de seus objetivos.

Art. 4º - O capital inicial da EMTURMA será constituído de:

Salvador Em: 04/02/2022

Câmara Municipal
Maceió

ARQUIVO
DISPONIBILIZADO
SITE.

Validador:
<https://www.maceio.al.gov.br>



ESTADO DE ALAGOAS

PREFEITURA MUNICIPAL DE MACEIÓ

LEI Nº Cont. 4.021, de 26 de março de 1991

Art. 5º - A EMTURMA terá por objeto a execução da política municipal de turismo, bem como a execução da política de desenvolvimento e de revitalização de áreas urbanas, assim como a construção e exploração de equipamentos urbanos de turismo, tais como: terminais turísticos; centros para eventos turísticos; conchas acústicas, marinas, postos de informações turísticas, campings, parques e outros; promovendo, em todas as atividades conexas ou decorrentes dessas atividades.

Parágrafo Primeiro: Para a consecução de seus fins a EMTURMA poderá desenvolver toda e qualquer atividade econômica, inclusive adquirir, alienar e/ou arrendar bens móveis ou imóveis, em função da estrita execução dos planos de planos de melhoramento específico visando o incremento do turismo e a criação e implantação de equipamentos turísticos como o desenvolvimento e revitalização de áreas urbanas, sob a prévia aprovação do Poder Executivo. Obter financiamento para realizar outras operações de crédito, observada a legislação vigente, para a execução de programas e planos relacionados à área de atuação; celebrar convênios com entidades públicas visando a realização de seus objetivos; contratar projetos, pesquisas, campanhas promocionais e promover a realização de reuniões, encontros e programas de familiarização e animação turística.

Parágrafo Segundo - A EMTURMA será facultada a participar

Salvado Em: 04/02/2022



ESTADO DE ALAGOAS

PREFEITURA MUNICIPAL DE MACEIÓ

LEI Nº Cont. 4.021, de 26 de março de 1991

Parágrafo Primeiro - A remuneração dos Diretores e os será fixado por Projetos de Lei, encaminhado à Câmara de Maceió.

Parágrafo Segundo - Os nomes dos candidatos aos cargos de Diretoria Executiva serão aprovados e nomeados pelo Prefeito de Maceió.

Art. 7º - A EMTURMA executará suas atividades com próprio, sujeito ao regime da Consolidação das Leis do Trabalho, como com servidores públicos que lhe forem postos à disposição executará suas obras ou serviços de forma direta ou indireta.

Parágrafo Único - Os servidores públicos postos à disposição da EMTURMA terão assegurados todos os direitos e vantagens inerentes aos respectivos cargos, empregos e funções.

Art. 8º - Fica o executivo autorizado a conceder e a executar as atividades que lhe são ora atribuídas, enquanto esta exercer as atividades que lhe são ora atribuídas, que consistem em prestação de serviços públicos, isenção de impostos municipais, incidentes sobre seu patrimônio ou serviços decorrentes das suas atividades ou delas decorrentes.

Art. 9º - Para atender às despesas com a execução das atividades, fica o prefeito autorizado a utilizar as dotações orçamentárias consignadas à Coordenadoria Municipal de Turismo.

Art. 10º - Na hipótese de o capital da EMTURMA vir a ser absorvido por outras entidades, fica estabelecido que o município

Salvado Em: 04/02/2022



ESTADO DE ALAGOAS

PREFEITURA MUNICIPAL DE MACEIÓ

LEI Nº Cont. 4.021, de 26 de março de 1991.

Art. 12º - As despesas decorrentes desta correção da Lei Orçamentária do Município de Maceió.

Art. 13º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MACEIÓ, em 26 de março de 1991.

JOÃO SAMPAIO
JOÃO SAMPAIO