

Desnaturalizando o litoral: por uma sociologia econômica dos mercados imobiliário-turísticos litorâneos¹

Denaturalizing the Coastline: Toward an Economic Sociology of Coastal Real Estate-Tourism Markets

Varlei Rui Ertel

Mestre em Sociologia. Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: varleiruiertel@gmail.com



Wanderson José Francisco Gomes

Mestre em Sociologia. Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Sergipe. E-mail: wandersonjfgomes@academico.ufs.br



Resumo

A partir de uma revisão bibliográfica, o artigo discute como se estruturam dinâmicas de poder e mecanismos de legitimação e contestação de mercados imobiliários costeiros. São mobilizados estudos do sul da França, do sul e nordeste do Brasil e dos Estados Unidos que evidenciam a contribuição da sociologia para a compreensão das transformações contemporâneas dos espaços litorâneos. Argumenta-se pelo deslocamento analítico empírico de uma perspectiva utilitarista para uma perspectiva sociohistórica da sociologia econômica.

Palavras-chave: mercado imobiliário; legitimação; contestação; topologia social.

Abstract

Based on a literature review, this article examines how power dynamics, as well as mechanisms of legitimation and contestation, are structured within coastal real estate markets. It draws on studies from southern France, as well as from the southern and northeastern regions of Brazil and the United States, highlighting the contributions of sociology to understanding contemporary transformations of coastal spaces. The article argues for an empirical and analytical shift from a utilitarian perspective toward a socio-historical approach grounded in economic sociology.

Keywords: real estate market; legitimation; contestation; social topology.

DOI: <https://doi.org/10.18616/rdsd.v12i1.10684>

Recebido: 28-02-2026

Aprovado: 13-04-2026

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001 e com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

1. Introdução

No Brasil, país com aproximadamente 7.491 km de litoral e com mais de 50% da população vivendo a até 150 km da costa (IBGE, 2023), as praias ocupam posição central no imaginário social e nas práticas de lazer. Além disso, 62% da população aponta o turismo de sol e praia como destino preferido para suas viagens (Marques, 2025). Esses dados evidenciam que o litoral está longe de ser um território vazio, como antes do século XIX (cf. Corbin, 1989), sendo hoje um espaço temporalmente situado por intensa atividade humana, com circulação de visitantes e imerso no modo de produção e reprodução da vida contemporânea.

Nesse contexto, observa-se a intensificação de processos de valorização territorial e consolidação de mercados especializados, como o *imobiliário-turístico litorâneo* (Silva & Ferreira, 2012; Dantas, Ferreira, Clementino, 2010). Tais dinâmicas integram o fenômeno da *coastalization*, caracterizado pela gradual e crescente densidade populacional das zonas costeiras, aumento das atividades produtivas e crescimento urbano em ritmo maior se comparado aos territórios interiores, o que cria polarização espacial e socioeconômica (Mikhaylov, Mikhaylova & Kuznetsova, 2018). Indicadores de mercado reforçam esse processo ao elencar que os maiores valores do metro quadrado no Brasil concentram-se em cidades litorâneas, com destaque para Balneário Camboriú (SC) e Itapema (SC) em termos nacionais (Catto, 2026). Em escala regional, observa-se um padrão semelhante no Nordeste, onde municípios como Ipojuca (PE), Barra de São Miguel (AL) e Maragogi (AL) figuram entre os três maiores valorizados (Brain Inteligência Estratégica, 2025).

Embora esses processos sejam frequentemente analisados sob perspectivas econômicas ou urbanísticas, neste artigo damos ênfase aos estudos sociológicos que abarcam as relações de poder (Ertel & Mazon, 2025a; Sartore, Carvalho & Gomes, 2025; Capinan & Cardel, 2025), disputas pelo Estado e legitimação (Bruno & Salle, 2025; Loloum, 2017; Loloum & Aledo, 2018; e Keul, 2015), e por fim, estratégias de agentes que moldam mercados imobiliário-turísticos litorâneos (Sartore & Gomes, 2025; Ertel & Mazon, 2025b). Com isso, temos a intenção de desnaturalizar discursos que evocam categorias como “demanda qualificada”, “economia da escassez”, “precificação hedônica” e “vocaçãoturística” atreladas ao ideário da economia neoclássica.

Diante disso, o problema que orienta este artigo consiste em compreender como se estruturam as dinâmicas de poder e os mecanismos de legitimação que conformam mercados voltados ao desenvolvimento de cidades ou bairros balneários. Inscrito no campo da sociologia econômica, o estudo parte do fato de que o mundo social é indissociável das relações econômicas e busca deslocar a análise de interpretações econométricas para formular uma compreensão relacional e histórica da formação de mercados (Steiner, 2023; Bourdieu, 2005).

A fundamentação teórica articula duas vertentes complementares. De um lado, mobiliza-se a sociologia topológica, com ênfase na gênese social dos mercados e nas relações estruturais que configuram posições e disputas entre agentes (Bourdieu, 2005). De outro, dialoga-se com abordagens que concebem os mercados como espaços de contestação moral, nos quais valores e justificações têm papel central na legitimação das transações econômicas (Steiner, 2023). Essa articulação permite compreender os mercados imobiliário-litorâneos como construções sociais historicamente situadas.

Metodologicamente, trata-se de um estudo de revisão bibliográfica que examina produções nacionais e internacionais mais recentes dedicadas à conformação de mercados imobiliário-turísticos litorâneos. O debate dialoga com pesquisas realizadas no sul da França, nas regiões sul e nordeste do Brasil e nos Estados Unidos, buscando identificar como diferentes tradições sociológicas têm analisado a mercantilização do litoral e de que modo contribuem para uma leitura mais complexa desses fenômenos.

Além desta introdução, este artigo está estruturado em mais três seções. Na seção 2, desenvolvemos a crítica à abordagem da economia neoclássica que explica a valorização imobiliária a partir da lógica da escassez e da oferta e demanda. Em direção oposta, reconstruímos o mercado a partir de uma abordagem histórica e relacional, destacando a distribuição desigual de capitais, as lutas no interior do campo econômico e a centralidade do Estado na produção da legitimação, estabilização e reprodução dos mercados.

Na seção 3, ampliamos o quadro analítico ao introduzir a noção de mercados contestados, demonstrando que os mercados litorâneos não são apenas arenas de transações econômicas, mas espaços atravessados por controvérsias morais. Argumentamos que a reprodução desses mercados depende da capacidade de ordenar e administrar tais conflitos, estabilizando-se a partir da construção de uma legitimidade social.

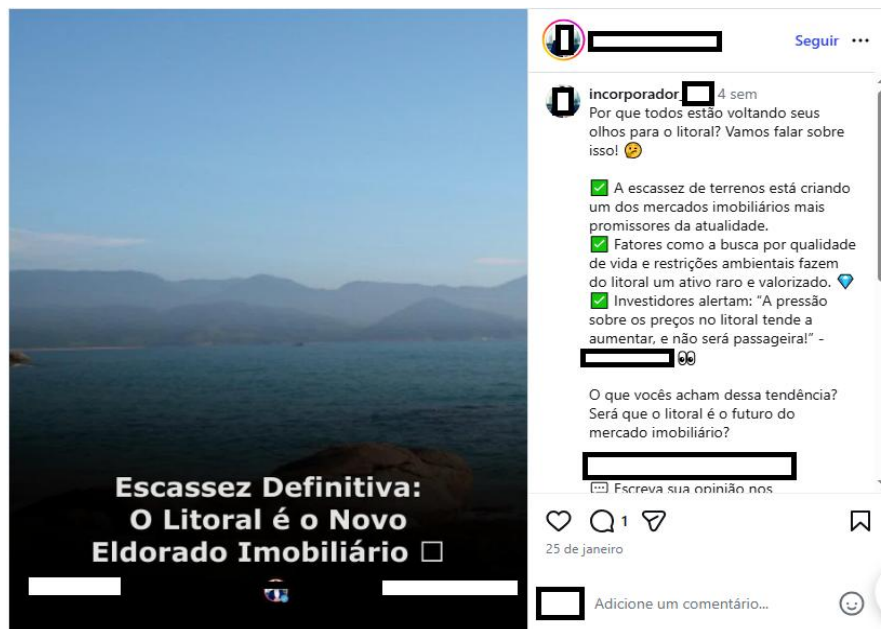
Posteriormente, na seção 4, mobilizamos pesquisas realizadas em diferentes contextos nacionais e internacionais para demonstrar empiricamente como a mercantilização do litoral é socialmente produzida e moralmente contestada. Tais pesquisas evidenciam os arranjos entre agentes privados e Estado para a fabricação simbólica da exclusividade, da valorização imobiliária e turística e suas repercussões morais.

Por fim, a conclusão retoma os argumentos centrais, reafirmando que os mercados imobiliário-turísticos litorâneos devem ser compreendidos como construções sociais, estruturados por relações de poder e disputas por sistemas de classificação e processos de legitimação moral.

2. Da lógica da escassez à leitura relacional: uma visão topológica do mercado

No debate contemporâneo tem se expandido discursos que são mobilizados sob o viés de *expertise* técnica sobre a valorização das áreas litorâneas. Esses discursos reverberam um senso comum especializado¹ e evidenciado sobretudo nos espaços digitais ocupados por agentes do mercado imobiliário, como corretores, promotores de vendas e profissionais de marketing. Segundo essa narrativa, os processos de alta de preços de imóveis adjacentes à praia não seriam resultado de práticas consideradas “especulativas”, mas a expressão quase automática de uma lógica econômica. A valorização seria fundamentalmente explicada pela combinação entre oferta territorial limitada do litoral e o crescimento contínuo de uma demanda qualificada por residir próximo à praia, configurando o que se denomina tipicamente “economia da escassez” (Robbins, 1932). Nessa leitura, o território aparece como um recurso naturalmente raro, cuja valorização decorreria de mecanismos naturais e impessoais de mercado, apresentados como relativamente independentes de forças exógenas, como políticas públicas, planos estatais de desenvolvimento regional, estratégias empresariais e outros processos sociais historicamente produzidos.

Figura 1: Discurso da economia da escassez



Fonte: autores, via captura de tela de página da rede social Instagram, 2026.

¹ Especializado porque tais agentes ocupam posições de *expertise* e reconhecimento dentro desse espaço social.

Esse tipo de explicação, embora amplamente difundido em relatórios técnicos e análises de mercado (Zullo, 2026), opera uma forma sutil de naturalização das dinâmicas econômicas. Ao atribuir a valorização imobiliária a fatores puramente objetivos, como a escassez de terrenos que aumenta com as restrições ambientais, o mercado é apresentado como uma instância quase natural, regida por leis externas às relações sociais. Trata-se, assim, de uma teoria que reverbera no senso comum e tende a apagar as relações de poder, ao mesmo tempo em que inviabiliza o conjunto de agências, recursos e estratégias mobilizados pelos diferentes agentes na conformação e transformação desses territórios ao longo do tempo. Em contraposição a essa leitura, propõe-se deslocar o foco analítico da pergunta “como funciona o mercado?” para “qual a lógica dos agentes que tornam o mercado possível?”, o que implica adotar uma perspectiva relacional inspirada na teoria bourdieusiana dos campos, segundo a qual o espaço econômico deve ser compreendido como um espaço social estruturado de posições, definido pela distribuição desigual de capitais que abarcam lutas em torno da definição legítima do valor das coisas (Bourdieu, 2005).

Para Pierre Bourdieu, a estrutura do campo econômico não constitui um dado abstrato ou meramente funcional, mas uma configuração relacional historicamente produzida a partir da distribuição desigual dos diferentes tipos de capital entre os agentes que nele atuam. A posição ocupada por cada agente (ou empresa) no campo depende, assim, tanto do volume total de capital de que dispõe quanto da composição específica desse capital, isto é, da proporção relativa entre recursos financeiros, técnicos, comerciais, jurídicos e simbólicos. Essa distribuição não apenas ordena hierarquicamente os agentes, mas define também sua capacidade de ação e de influência sobre o próprio funcionamento do mercado. Quanto maior o capital acumulado, maior o poder de uma empresa de impor sua lógica ao espaço econômico, de condicionar o comportamento dos concorrentes e de produzir efeitos estruturais duradouros, como a elevação de barreiras à entrada, a monopolização de segmentos estratégicos e a reprodução de assimetrias que tendem a consolidar posições dominantes ao longo do tempo (Bourdieu, 2005).

Nessa perspectiva, o capital não se reduz a recursos monetários, mas designa um conjunto plural de ativos socialmente reconhecidos que funcionam como instrumentos de poder nas disputas econômicas. O capital econômico constitui a condição básica de possibilidade para a acumulação das demais formas de capital, uma vez que permite investir em tecnologia, marketing, redes comerciais e dispositivos jurídicos. O capital tecnológico, por sua vez, compreende o domínio de saberes científicos e técnicos que possibilitam reduzir custos, aumentar a produtividade e diferenciar produtos. O capital comercial refere-se ao controle de canais de distribuição, estratégias de marketing e serviços pós-venda, fundamentais para assegurar visibilidade e acesso privilegiado aos consumidores. Já o capital simbólico, baseado no reconhecimento social, manifesta-se sob a forma de prestígio, reputação e imagem de marca, funcionando como um crédito de confiança que pode ser

convertido em vantagens econômicas. Por fim, o capital jurídico e organizacional envolve o domínio de normas, regulamentações e informações estratégicas sobre o campo, permitindo às empresas antecipar mudanças institucionais e com a possibilidade de moldar regras de funcionamento em seu próprio benefício (Bourdieu, 2005).

A estrutura do campo econômico opera simultaneamente como um campo de forças e como um campo de lutas. Enquanto campo de forças, ela impõe aos agentes um sistema de pressões objetivas que delimitam o espaço de possibilidades práticas, definindo o que é viável, rentável ou legítimo em determinado momento histórico. Enquanto campo de lutas, ela constitui um espaço permanente de disputas entre empresas que buscam conservar ou transformar a hierarquia vigente. As empresas dominantes, frequentemente caracterizadas como *first movers*, dispõem de maior volume de capital e, por isso, detêm capacidade de definir as regras do jogo, fixar padrões de qualidade, impor preços e até mesmo influenciar as expectativas dos consumidores e investidores. Já as empresas dominadas ou desafiadas ocupam posições estruturalmente subordinadas e tendem a oscilar entre estratégias ofensivas e estratégias defensivas, como a ocupação de nichos específicos que lhes são atribuídos pela própria estrutura do campo (Bourdieu, 2005).

A concorrência econômica, contudo, não se restringe ao espaço estritamente mercantil, estendendo-se ao campo político, especialmente por meio da luta pelo controle do poder estatal. Para Bourdieu (2005), a competição entre empresas frequentemente se transforma em uma disputa pelo "poder sobre o poder do Estado", isto é, pela capacidade de influenciar em políticas institucionais, marcos regulatórios, regimes de propriedade e critérios de financiamento. O Estado, longe de ser uma instância neutra, aparece como um agente central na estruturação do campo econômico, seja por meio de subsídios, legislações urbanas, incentivos fiscais ou políticas de crédito. As empresas dotadas de maior capital jurídico e simbólico tendem a ocupar posições privilegiadas nessas arenas decisórias, tendo maior probabilidade de sucesso em converter seus interesses particulares em normas universalizadas, que se apresentam como técnicas, racionais ou necessárias, mas que operam, na prática, como mecanismos de reprodução das assimetrias de poder existentes.

Ao contrário da abordagem da economia neoclássica, na qual as empresas são tratadas como tomadoras de preços e ajustam seu comportamento às leis do mercado, Bourdieu (2005) sustenta que elas participam, em graus variados, da própria consubstancialização dos preços, em função de sua posição no campo econômico. Essa perspectiva se contrapõe à tradição marginalista formulada por Alfred Marshall (1988), Léon Walras (1986) e William Stanley Jevons (1988), que estabeleceram fundamentos da análise no equilíbrio, na qual as empresas reagem a preços estabelecidos. Tal abordagem foi posteriormente formalizada e consolidada por Paul Samuelson (2005), especialmente diante da lógica da modelização das empresas vinculadas a maximização de lucro em contextos de equilíbrio competitivo.

Seguindo a lógica da análise Bourdieusiana sobre mercados, argumentamos que a simples lógica da escassez, como princípio explicativo do aumento da valorização dos imóveis à beira-mar revela-se profundamente limitada e analiticamente insuficiente. Ao reduzir a dinâmica dos preços à relação entre oferta territorial restrita e crescimento da demanda, esse discurso ignora que o próprio espaço do mercado é previamente estruturado por distribuição desigual de recursos que definem quem pode produzir, ofertar, financiar, promover e legitimar determinados empreendimentos. A valorização não decorre apenas de uma raridade territorial, mas está vinculada a uma capacidade diferencial de certos agentes, como incorporadoras, fundos de investimento, grupos financeiros e atores políticos, de mobilizar diferentes tipos de capitais para regular a oferta, controlar expectativas e orientar fluxos de investimento. Nesse sentido, a chamada “economia da escassez” opera menos como um princípio explicativo e mais como uma estratégia estruturante que encobre uma cadeia de relações sociais complexas.

Além disso, a própria ideia de “demanda qualificada”, justificada pelo valor simbólico de residir junto ao mar não pode ser tratada como um dado espontâneo ou universal, mas como o produto de um longo processo histórico condicionado e condicionante de desejos sociais. Alain Corbin (1989) demonstra em sua análise que esteve em curso uma invenção ocidental da praia enquanto um local desejável, de modo que viver no litoral nem sempre foi percebido como sinônimo de viver bem ou como um espaço de lazer e recreação; ao contrário, durante séculos esteve associado ao perigo, à marginalidade e à improdutividade. A valorização simbólica do mar como lugar de prazer, saúde, contemplação e status resulta de transformações culturais profundas ocorridas sobretudo a partir do século XVIII, articuladas a discursos médicos, de classe e morais que reconfiguraram a relação entre corpo, natureza e espaço. No contexto contemporâneo, esse imaginário é continuamente atualizado por meio da publicidade imobiliária, da mídia e das narrativas do “paraíso” turístico deslumbrante, corroborando a produção de disposições subjetivas que convertem o litoral em objeto de desejo legítimo e socialmente valorizado: condições fundamentais para a própria reprodução do mercado imobiliário costeiro.

A relação da captura e aceitação da demanda opera de modo decisivo naquilo que Émile Durkheim (2002) denominou como “cláusulas não contratuais do contrato”, um conjunto de normas, valores e expectativas morais que sustentam as trocas econômicas para além de sua dimensão formal e jurídica. A compra de um imóvel litorâneo não envolve apenas um cálculo financeiro, mas mobiliza princípios socialmente construídos de sucesso, qualidade de vida, segurança patrimonial e pertencimento. Esses valores funcionam como fundamentos simbólicos que legitimam a elevação dos preços que os tornam socialmente aceitáveis, e por vezes, até desejável a conversão do espaço costeiro em mercadoria de alto valor de acesso.

Portanto, a economia da escassez não explica a valorização; ela constitui parte

integrante do discurso que a legitima. Longe de oferecer uma descrição objetiva dos processos econômicos, essa lógica explicativa contribui para naturalizar relações de poder, ocultar estratégias de dominação e converter construções históricas em necessidades aparentes. O problema central não consiste em descrever apenas como os preços sobem, mas em compreender quem possui o poder de definir por que eles sobem, sobretudo de fazer com que essa definição seja percebida como evidente, técnica e inevitável. Compreender a gênese do mercado imobiliário litorâneo implica, assim, desvelar os mecanismos simbólicos, políticos e institucionais que produzem a escassez como valor, o desejo como disposição legítima e a valorização como destino natural do mercado imobiliário costeiro.

3. Mercados como espaços de disputa e contestação

A teoria neoclássica consolidou uma imagem do mercado como mecanismo abstrato de relação entre oferta e demanda que opera por meio de preços, sustentada por agentes racionais voltados à maximização dos lucros. Nas ciências econômicas, especificamente na década de 1970, Sherwin Rosen (1974), inspirada nos trabalhos do economista australiano Kelvin Lancaster, formalizou a “precificação hedônica” para se referir à decomposição do valor de um bem ou serviço em função de suas características específicas (internas e externas), de modo que cada atributo contribua para o preço total. No contexto imobiliário, o preço maior para residências litorâneas residiria na explicação de que a propriedade está em proximidade com a praia, atrelado a qualidade da praia, vista para o mar, infraestrutura turística, acesso a serviços e exclusividade da localização, influenciando assim o valor das propriedades.

Assim, não é difícil encontrar estudos que buscam mensurar ou validar o impacto do modelo hedônico nos preços. My-Linh Thi Nguyen (2020) aplica o modelo de precificação hedônica para aproximar-se dos preços do mercado imobiliário, indicando que os valores dos imóveis podem ser estimados conforme as características estruturais das casas e da localização. As comodidades ao redor dos imóveis impactam positivamente nos preços, enquanto que a proximidade com centros urbanos decadentes das cidades refletem negativamente no preço final. Com resultados similares, Scott N. Lieske *et al.* (2021) demonstram como as estimativas hedônicas da infraestrutura de transporte urbano (estações de trem, por exemplo) impactam decisivamente sobre valores imobiliários. As pesquisas de Nguyen (2020) e Lieske *et al.* (2021) indicam que a maior densidade nas áreas analisadas reflete negativamente nos preços dos imóveis.

Consideramos que estes modelos, embora funcionais como formalizações matemáticas do valor monetário, distanciam da análise precisamente aquilo que torna os mercados empiricamente inteligíveis: sua historicidade, sua dependência de classificações socialmente construídas e sua inserção em estruturas assimétricas de poder. Ocultar estes

elementos da análise contribui para fortalecer o mito do “paraíso natural” associado à mercantilização litorânea e encobrir as condições sociais que sustentam a formação das bolhas imobiliárias-turísticas (Loloum & Aledo, 2018).

Em contrapartida, as pesquisas sociológicas têm contribuído para averiguar as condições de funcionamento dos mercados antes invisibilizadas apresentando sólidas alternativas teóricas e metodológicas à sua compreensão e interpretação. Como observado por Philippe Steiner (2006), a gerência mercantil unicamente pelos preços é insuficiente para explicar a operacionalização dos mercados, uma vez que estes dependem de dispositivos institucionais, quadros normativos e crenças compartilhadas entre os agentes econômicos que possibilitem suas transações. É preciso, portanto, reintroduzir o social na análise dos mercados, considerando o fato econômico como um fato social (Steiner, 2006).

Uma clássica evidência empírica, por exemplo, é o caso estudado por Marie France Garcia-Parpet (2003) sobre o mercado computadorizado de morangos na comuna francesa de Fontaines-en-Sologne. Nele, demonstra-se que um mercado não emerge em um vácuo social; é, ao contrário, uma invenção social e produto direto de estratégias orientadas às transformações de correlações de forças entre grupos concorrentes. Segundo a autora, o que se apresenta como concorrência “pura e perfeita” é, na realidade, resultado de investimentos materiais, políticos e simbólicos. Assim, para além de um mercado computadorizado, existem jogos de poder repletos de normatividade, onde a produção do valor final (manifestação matemática) depende, antes, do resultado das disputas morais (manifestação sociológica).

Outras pesquisas caminham em direção similar. Para Viviana Zelizer (2020), as transações na esfera econômica estão imersas em regimes de valor que definem o que pode ou não ser legitimamente precificado. Em outro estudo, Zelizer (1979) demonstra que houve a necessidade de que empreendedores morais alterassem simbolicamente a percepção sobre a morte nos Estados Unidos, sacralizando-a via comércio através da crença disseminada de que proteger a família por meio de um seguro era uma atitude digna. Por sua vez, Marion Fourcade (2011) comprova, a partir de um caso envolvendo litígios em torno do derramamento de petróleo marítimo na França e nos Estados Unidos, que a atribuição de valor monetário a bens intangíveis (como a natureza) depende de dispositivos culturais, jurídicos e políticos específicos a cada país envolvido. Em seu contexto, conclui-se que tais processos de valorização e precificação da natureza seguem métodos de calculabilidade particulares e profundamente enraizados nos aspectos da organização social.

A transformação da “vista para o mar” em privilégio monetizável depende, assim, de uma cadeia de mediações: regularização fundiária, infraestrutura pública, certificações ambientais, campanhas de marketing e enquadramentos jurídicos que autorizam sua comercialização. Depende ainda de estratégias operacionais simbólicas como, por exemplo, a construção de uma “armadura moral”, forjada, por vezes, nos ideais de desenvolvimento

e prosperidade econômica. Sob essa perspectiva, o litoral emerge como laboratório privilegiado da sociologia para analisar o capitalismo contemporâneo; espaço onde a natureza, o Estado, a monetização e a moralidade se entrelaçam na produção social do valor. É nesse contexto que a noção de mercados contestados assume centralidade analítica.

Os mercados contestados se manifestam em transações econômicas perpassadas por controvérsias morais (Steiner & Trespeuch, 2023), tais como venda de órgãos, jogos de azar, comercialização da cannabis, das armas de fogo, do sexo, entre outros exemplo. No centro da discussão sobre mercados contestados, está a compatibilidade do mercado com as visões de bem comum em disputa. Para Steiner (2023), esse debate da liberação ou contenção de dado mercado revela os valores que a sociedade e os governos desejam manter, promover ou coibir no momento de decidir o futuro das transações. Quando o mercado em questão afeta a vida dos indivíduos, inicia-se um processo de contestação moral. Steiner (2023) descreve como esse fenômeno não é recente e esteve presente em diferentes contextos ao longo da história, como na comercialização de trigo (século XVIII), de mão de obra (século XIX), de partes do corpo humano, como a doação de órgãos (século XX) ou, mais recentemente, de emoções, como as negociações da intimidade (século XXI).

Ao professarem a produção de benefícios como geração de emprego, renda e desenvolvimento regional, os mercados imobiliários se propagam pelo litoral e conquistam baixa intensidade de contestação; intui-se que seus produtos comercializados sejam moralmente menos agressivos à percepção da opinião pública. Aqui se aplica, em certa medida, o termo “praia pós-política” de Sabine Knierbein e Charis Christodoulou (2025), caracterizado por uma dificuldade crescente de acesso público à praia e uma expansão da despolitização dos direitos básicos de aproveitar a natureza, produzindo conseqüentemente um baixo nível de contestação social aos processos de monopolização costeira. Ainda assim, é possível identificar indícios de um movimento recente de contestação, crescente e espraiado por inúmeros países, que disputa a regulação moral desses mercados.

Certos mercados não apenas geram controvérsias morais externas; eles são estruturalmente atravessados por elas, o que desencadeia disputas sobre sua legitimidade. O litoral constitui, dessa forma, um espaço de colisão entre regimes de justiça, como direito coletivo de acesso à praia, direito à propriedade privada, direito ao trabalho e ao lazer, direito ao meio ambiente equilibrado, direito à preservação da vida e dos costumes das comunidades tradicionais, entre outros. Em diferentes países, a praia tornou-se objeto central de debate, ao se questionar socialmente as justificativas morais para sua apropriação privada, denunciando-se a monopolização dos espaços públicos por empreendimentos turísticos e imobiliários. Nesse contexto, a doutrina do modelo econômico em torno do litoral é atravessada por contestações que desafiam sua suposta racionalidade econômica “irretocável” e sua “vocação natural”.

Argumentamos, com isso, que o mercado imobiliário litorâneo (prédios com vista

para o mar, condomínios e condo-resorts) passa por um duplo movimento de legitimação/contestação. Por um lado, a legitimação é reforçada por empresas publicitárias, como constatou João Paulo Batista de Almeida (2022) ao averiguar a comercialização de condomínios fechados no litoral de Sergipe. O autor sugere um padrão de atuação do marketing com slogans que constroem cenários de felicidade e exclusividade. Evidências similares às de Alagoas (Sartore e Gomes, 2025), encontradas a partir do levantamento de publicações de uma incorporadora em uma rede social, onde se associavam palavras como “sonho”, “milagres”, “exclusividade” aos imóveis para captar o público-alvo. Ambos os estudos demonstram que a ideia de “morar no paraíso” está presente, tornando a moradia um bem sacralizado, objeto de anseio e merecimento que transcende o ato de residir.

Por outro lado, embora mínimas e pouco organizadas, detectam-se repercussões públicas e focos de contestação ao avanço da ocupação econômica do litoral. No Brasil, o caso mais emblemático foi visto entre 2024 e 2025, com a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 03/2022², conhecida popularmente por “PEC da privatização das praias”, que propõe alterar o regime dos chamados terrenos de marinha – áreas costeiras de propriedade da União –, transferindo-o à administração de estados, municípios e atuais ocupantes.

As tensões provocadas por controvérsias morais pressionam o setor privado e órgãos públicos para soluções imediatas que redefinem as bases de sustentação das transações econômicas. Evidenciam, portanto, que a estabilização do mercado depende da capacidade dos agentes envolvidos de ordenar conflitos, hierarquizar vulnerabilidades e produzir compromissos institucionais que mantenham a crença na validade do jogo econômico.

A contestação moral não permanece fixa ou estável. Como argumentam Steiner e Trespeuch (2023), os repertórios críticos podem expandir-se, estabilizar-se ou retrair-se conforme os agentes públicos e privados – determinantes para a regulação das regras do jogo – respondem às pressões, produzindo ou não alterações nos dispositivos que estruturam a comercialização dos bens contestados. Certificações ambientais, programas de compensação e reassentamento e estratégias de marketing sob narrativas de sustentabilidade ilustram, por exemplo, a capacidade do mercado de absorver e responder a críticas ecológicas, convertendo-as em diferencial competitivo. Por conseguinte, o mercado transforma a contestação em variável administrável, incorporando-a aos próprios dispositivos de valorização. Além disso, torna-se moralmente aceitável ao se apresentar como solução técnica viável para problemas aos quais ele próprio é responsabilizado, como, por exemplo, inserindo no mercado mecanismos paliativos de proteção para populações materialmente e moralmente prejudicadas (Steiner, 2023).

² A PEC 03/2022 segue em tramitação na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) do Senado Federal.

Logo, a disputa desloca-se para a definição legítima da vulnerabilidade. Steiner (2023) define a contestação do mercado a partir de dois tipos de populações: (1) população ameaçada pelo surgimento do mercado (negativa) – populações tradicionais que residem em zonas cobçadas pelo mercado imobiliário, por exemplo; (2) populações ameaçadas pela ausência do mercado (positiva) – aquelas que dependem dos empregos gerados pelo mercado imobiliário (construção civil, setor de serviços).

As populações vulneráveis manifestam-se pela gestão diferenciada das áreas costeiras. Algumas são integradas como força de trabalho sazonal; outras são deslocadas por processos de valorização fundiária; outras ainda são convertidas em patrimônio cultural local explorável, compondo parte da estética do destino turístico. Dessa forma, há uma disputa também pela definição legítima da vulnerabilidade. Essa definição não é neutra e resulta de relações de força que estruturam o campo. Em determinadas regiões subdesenvolvidas, por exemplo, o mercado imobiliário e o setor do turismo litorâneo, mesmo que sob contestação momentânea, conseguem expandir-se, pois a população vulnerável positiva é determinante, constituída por trabalhadores que carecem dos empregos gerados pelo mercado, obtendo legitimidade econômica e política necessárias para prosseguirem as transações.

A noção de mercados contestados permite compreender que a legitimidade socialmente compartilhada constitui condição estrutural da reprodução mercantil. No caso dos mercados litorâneos, eles sobrevivem quando conseguem arrefecer e ordenar moralmente os conflitos, produzir compromissos institucionais e estabilizar a *illusio* (Bourdieu, 2025) que os sustenta, ou seja, a crença disseminada no campo, aquilo que orienta práticas e confere valor a imóveis mais próximas à praia, e que não pode ser explicada unicamente por fórmulas utilitaristas universais.

Ao impor classificações legítimas, o Estado contribui para constituir o próprio mercado, definindo o que é vocação turística, o que é subutilização territorial e o que é desenvolvimento³, como demonstrado por Bruno e Salle (2019, 2019) em Saint-Tropez e Pampelonne, no Mediterrâneo europeu, regiões convertidas em espaços de turismo de luxo exclusivo a partir da atuação estatal no planejamento urbano, desenvolvimento de infraestrutura e valorização de amenidades locais. Por outro lado, os agentes do mercado atuam como empreendedores morais (Steiner & Trespeuch, 2019) ao atrelar às transações econômicas discursos de desenvolvimento e modernização. Tais discursos ecoam no campo e operam a sociodiceia (Bourdieu, 1998; Seidl, 2017), que justifica desigualdades, definindo-as como inevitáveis ao progresso e “esfriando” as contestações. Portanto, ao sair da abstrata análise economicista, a sociologia permite-nos compreender que o que está em disputa não

³ O Estado desempenha papel decisivo ao impor categorias oficiais de percepção: plano diretor, zoneamento, unidade de conservação, área de proteção ambiental e de interesse turístico-econômico, etc. Essas categorias não apenas regulam mercados, mas os constitui.

é apenas o preço da terra à beira-mar, mas as forças que competem pela definição legítima do próprio sentido do território costeiro e das formas socialmente aceitáveis de sua apropriação e uso.

4. A produção do litoral: disputas e reconfigurações na conformação dos mercados imobiliários litorâneos

Os casos apresentados nesta seção foram selecionados a partir de sua convergência temática com a proposta de compreender as transformações contemporâneas dos espaços litorâneos sob uma perspectiva sócio-histórica, que considera as agências e as disputas envolvidas nos processos de conformação dos mercados. Para isso, tomamos como principais referências autores que publicaram nos dossiês *Plages, territoires contestés* (Actes de la recherche en sciences sociales, 2017) e *Coastal Squeeze: Praias sob Pressão Socioeconômica e Ecológica* (TOMO, 2025). Se, até aqui, argumentamos que o mercado à beira-mar se sustenta em dispositivos jurídico-institucionais, operações simbólicas e na produção de crenças compartilhadas que lhe conferem legitimidade, é na análise situada desses processos que se torna possível apreender como tais mecanismos operam ao longo do tempo. A transição para estudos de caso, nacionais e internacionais, contribui para deslocar a discussão do plano conceitual para a investigação das especificidades empíricas nas quais os mercados costeiros são produzidos, disputados e continuamente reconfigurados.

Ao considerar os agentes e sua capacidade de influenciar a produção do espaço, o caso de Saint-Tropez ilustra como frações da alta sociedade francesa exercem um papel decisivo na configuração social da frente marítima. Por meio de escolhas residenciais — especialmente vinculadas à aquisição de segundas residências — a localidade passou por um processo de transformação e reconfiguração de sua paisagem. Nesse contexto, observa-se a (re)produção de valores culturais compartilhados, nos quais é mobilizado, de forma intencional, o ideal de um ambiente “naturalmente belo” e associado ao “bom gosto”. Contudo, a cidade emblemática da Riviera Francesa nem sempre apresentou essas características (Bruno & Salle, 2018).

Ao longo da segunda metade do século XX, a localidade foi progressivamente transformada para atender às demandas dessas elites, em um processo que envolveu tanto intervenções materiais — como obras urbanísticas e portuárias — quanto a construção de significados simbólicos associados ao status do lugar. Nesse movimento, os habitantes originais cederam espaço a promotores imobiliários e agentes da especulação, que converteram a valorização da paisagem natural em fonte de lucro, resultando em um espaço altamente seletivo e acessível a uma parcela extremamente restrita da população (Bruno e Salle, 2018).

Não muito distante de Saint-Tropez, a Praia de Pampelonne constitui um caso igualmente ilustrativo, desta vez evidenciando como a regulamentação da ocupação das áreas litorâneas é mediada por princípios e valores associados à noção de “uso comum”. Nesse contexto, a proibição da propriedade privada sobre as praias — ou mesmo sobre porções territoriais adjacentes — é resultado de disputas históricas entre agentes econômicos e o sistema jurídico francês. Bruno e Salle (2025) demonstram o surgimento sócio-histórico das formas de concessão comercial na Praia de Pampelonne. Essas concessões, frequentemente descritas como “aluguéis” ou “arrendamentos”, estão longe de constituir simples instrumentos técnico-administrativos: assumem formas jurídicas variáveis, com títulos ambíguos e objetos de difícil delimitação, sobretudo porque a própria faixa de areia se caracteriza como um ecossistema dinâmico.

Nesse processo, o Estado ocupa uma posição central, atuando como agente diretamente envolvido nas disputas pela regulamentação do mercado e na conversão das paisagens naturais em ativos do turismo. Esse aparato de concessões, que se consolidou a partir do final da década de 1940 — quando os primeiros empreendedores passaram a negociar diretamente com as autoridades públicas —, está longe de configurar um espaço de competição entre iguais. Ao contrário, trata-se de um campo marcado por conflitos e assimetrias. Bruno e Salle (2025) mostram que muitos empreendimentos tendiam a ultrapassar os limites legalmente estabelecidos ou a explorar zonas de indefinição normativa, o que favorecia a emergência de formas de arbitragem por parte da autoridade concedente e a consolidação de situações de “privatização” das praias.

Embora a Riviera Francesa constitua um caso emblemático, as dinâmicas de conformação dos mercados associados às praias não se restringem ao contexto europeu. Ao contrário, estudos empíricos em diferentes regiões indicam que a produção social dos espaços litorâneos é um fenômeno transnacional, ainda que assuma formas específicas conforme as configurações culturais, institucionais e políticas de cada país. Isso resulta, simultaneamente, em singularidades e em padrões recorrentes nos mercados imobiliário-turísticos litorâneos. No Brasil, destacam-se os casos de Jurerê Internacional e Balneário Camboriú, em Santa Catarina, bem como Maceió e a Rota Ecológica dos Milagres, em Alagoas, que revelam importantes aproximações estruturais: a mobilização de recursos por agentes privados em articulação com o Estado, a produção de narrativas de progresso econômico e a legitimação de mercados altamente seletivos. Ao mesmo tempo, observam-se diferenças relevantes, especialmente no que se refere aos marcos jurídicos, como no caso das concessões, sem que isso elimine a persistência de padrões de desigualdade nos processos de uso e apropriação territorial.

No caso de Jurerê, em Florianópolis, a construção da “cidade balneária” como um destino exclusivo não decorreu do acaso, mas de um processo deliberado de fabricação simbólica e estrutural da praia. Desde os anos de 1950, a criação de Jurerê esteve associada

à produção de um projeto imobiliário, que foi mobilizado por idealizadores em redes de sociabilidade específicas, estratégias de marketing e um quadro de alianças políticas que visavam produzir confiança e credibilidade no empreendimento. A praia não foi apenas ocupada; ela foi idealizada em projeto por Oscar Niemeyer, narrado e apresentado como promessa de progresso pelos promotores locais, convertendo-se progressivamente em um objeto legítimo de investimento econômico/simbólico, e agora, de consumo seletivo (Ertel & Mazon, 2025a).

Esse processo de legitimação foi profundamente ancorado na figura do idealizador do empreendimento, um ex-governador e grande empresário do estado, cuja posição no espaço social conferia elevado capital simbólico ao projeto. A associação com personalidades de prestígio, como Oscar Niemeyer, operou como verdadeiro aval à possibilidade de progresso e credibilidade, independentemente da participação efetiva do arquiteto nas obras. O legado do modernista, nesse contexto, funcionou como um ativo simbólico capaz de “garantir” antecipadamente o “sucesso” do empreendimento e de inscrever Jurerê no imaginário de um grupo social seletivo, como um espaço moderno, seguro e distintivo. A confiança necessária à constituição do mercado foi, assim, socialmente produzida, sustentada por relações com o poder institucional, com alto volume econômico e reproduzido por mecanismos midiáticos que transformaram interesses particulares em expectativas coletivamente legítimas (Ertel & Mazon, 2025a).

Direcionando o olhar para Balneário Camboriú — cidade à qual foi atribuído o apelido de “Dubai brasileira” —, observa-se que agentes do mercado imobiliário mobilizam e difundem um senso comum baseado na lógica da escassez, ao mesmo tempo em que constroem a imagem do município como um destino privilegiado, associado à segurança e à qualidade de vida. Nesse contexto, a verticalização extrema e os elevados preços dos imóveis são apresentados por esses agentes, frequentemente em articulação com a mídia, como expressões inevitáveis do “progresso” e do “desenvolvimento”, tanto em escala local quanto nacional (Ertel & Mazon, 2025a). Trata-se de um processo de legitimação simbólica que pode ser compreendido como uma forma de sociodiceia, no sentido proposto por Pierre Bourdieu (1998), na medida em que tais narrativas contribuem para justificar a ordem social existente.

Esses casos ilustram o funcionamento de processos de naturalização entendidos como a capacidade de “fazer ver e fazer crer”, isto é, de impor uma visão legítima da realidade social (Bourdieu, 1998). Retomando a questão apresentada na introdução: “qual a lógica dos agentes que tornam o mercado possível?”, evidencia-se que o mercado costeiro não se sustenta apenas por contratos ou pelo interesse individual na competição, mas também por narrativas, imagens e categorias de percepção que definem o que é desejável, legítimo e valioso. Nesse processo de compreensão ampliada, a praia deixa de ser percebida apenas como espaço de bem comum e passa a ser representada como ativo financeiro

diputado, refúgio existencial e símbolo de sucesso, tornando-se, assim, um espaço social de reprodução de disposições sociais e simbólicas que reforçam a própria lógica de valorização.

No caso de Pampelonne, a noção de “praias privadas”, embora juridicamente improcedente, se impõe ao senso comum, e está em disputa, por meio de dispositivos materiais e simbólicos: cercas, espreguiçadeiras, restaurantes, contratos de concessão e linguagem administrativa. Essa privatização simbólica cria uma apropriação de fato do espaço público, socialmente aceita, em alguma medida, apesar de sua fragilidade jurídica. Em todos esses casos, o Estado aparece como o principal detentor do poder simbólico, na medida em que possui o monopólio da produção legítima das categorias de percepção (Bourdieu, 2014). Ao definir zonas, conceder licenças, aprovar planos de urbanização e autorizar empreendimentos, o Estado não apenas regula, mas institui a própria realidade do mercado. Suas decisões produzem efeitos cognitivos e normativos que naturalizam a apropriação elitizada de parte do litoral, convertendo privilégios sociais em direitos aparentemente técnicos e neutros.

Olhamos agora para a região nordeste do Brasil. A promoção turística e os empreendimentos imobiliários expandiram-se dos centros urbanos para as áreas costeiras rurais e periféricas entre as décadas de 1970 e 1990, mais precisamente durante os investimentos repassados na segunda fase do Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste (PRODETUR/NE), desenvolvido nos governos de Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva. Nesse contexto, Tristan Loloum (2017) e Tristan Loloum e Antonio Aledo (2018) demonstram que o processo de balnearização na região é precedida pela ideia de preço hedônico, nas quais disputas simbólicas e relações de poder que transformaram a praia em recurso econômico.

Particularmente, os arranjos sociais converteram a Praia de Pipa, Rio Grande do Norte - antiga vila de camponeses e pescadores - em instância balnear cosmopolita de projeção internacional. Assim, as bolhas imobiliárias-turísticas (Loloum & Aledo, 2018) desenvolveram-se no nordeste justamente na esteira do trabalho de sedução realizado por autoridades públicas, por meio de políticas voltadas à expansão da infraestrutura e promoção turística, o que enfraquece a tese do espaço litorâneo como um “paraíso” naturalmente propenso à ocupação e à mercantilização, mito que se projeta com igual amplitude em outras regiões nordestinas, como no caso do litoral de Alagoas.

Nesse sentido, em Alagoas, mais precisamente no litoral de Maceió, é possível observar entre 1900 a 1979 uma correspondência entre espaço social ocupado pelos hoteleiros e a reificação do espaço geográfico de seus empreendimentos, cuja participação do Estado foi central na consolidação de uma lógica mercantil à beira-mar (Sartore *et al.*, 2025).

Outro caso, esse em curso, refere-se a localidade de Porto de Pedras, Passo de

Camaragibe e São Miguel dos Milagres. Desde 2015 ocupada pelo setor imobiliário-turístico em virtude da repercussão nacional do evento Réveillon dos Milagres, a região tem sido alvo de um *boom* imobiliário, notadamente a partir da pandemia de Covid-19, em 2021. Essa expansão é acompanhada por investimentos públicos que possibilitaram a infraestrutura para a instalação de bares, restaurantes, pousadas e outros equipamentos de lazer (Sartore & Gomes, 2025). De modo similar aos dados empíricos apresentados anteriormente, o desenvolvimento econômico da REM⁴ foi viabilizado e impulsionado a partir da aprovação de instrumentos técnicos e jurídicos promovidos pelo Estado, que estabeleceram a região como zona de interesse econômico, apta à expansão dos mercados imobiliário-turísticos litorâneos.

É nesse contexto que Sartore e Gomes (2025) examinam os perfis das construtoras, os capitais mobilizados – geográfico, de entrada, próprio, organizacional, comercial e financeiro – e também as narrativas difundidas na rede social Instagram que legitimam o processo de ocupação litorânea. A pesquisa demonstra como a REM é forjada e naturalizada por meio da sinergia entre investimentos públicos e privados, como espaço de luxo exclusivo e atrativo de negócios. Evidencia, ainda, como o subcampo das construtoras torna-se responsável pelo controle material e simbólico do acesso à praia, atuando na naturalização da mercantilização e das hierarquias sociais por meio das sociodiceias de realizar e viver o sonho, da profissionalização e especialização dos serviços prestados pelas incorporadoras, construtoras e imobiliárias e do privilégio em viver no “paraíso”.

Com isso, observamos dinâmicas distintas que convergem para um mesmo processo social de produção do valor. Os exemplos empíricos consultados reforçam, portanto, nosso argumento de contraposição à noção de preço hedônico, por deslocarem o foco da formação de preços baseada nos atributos intrínsecos dos bens para os processos sócio-históricos que tornam tais atributos valorizáveis. As pesquisas consultadas demonstram que as qualidades de imóveis e espaços litorâneos não são naturalmente reconhecidas como valiosas, mas resultam de disputas simbólicas, estratégias de promoção e intervenções estatais que os moldam como socialmente desejáveis.

Por fim, muito embora ainda não seja recorrente a articulação direta entre a noção de mercados contestados e mercados imobiliário-turísticos litorâneos, há contribuições relevantes dos “sociólogos da contestação”, orbitando a discussão moral implicada na mercantilização do litoral. Ainda, mesmo não observando movimentos sociais organizados de contestação, é possível constatar focos de atravessamento de discursos de bem comum nos processos de ocupação litorânea.

⁴ A denominação “Milagres”, em referência a uma das cidades turísticas (São Miguel dos Milagres), foi resignificada, sendo atualmente concebida em virtude do “milagre econômico” que reflete a proliferação de empreendimentos imobiliários e equipamentos de lazer associados ao turismo de luxo.

Ao analisar os processos de privatização e as contestações relacionadas às restrições de acesso às praias por não residentes de Connecticut, nos Estados Unidos, Adam Keul (2015) examina como uma decisão judicial favorável à ampliação do acesso à praia foi insuficiente diante dos impeditivos sociais pautados em marcadores como raça, classe e localidade. Logo, embora persista uma “fantasia” segundo a qual os espaços públicos seriam intrinsecamente democráticos, há, no contexto neoliberal, formas intensas de controle que regulam acessos e permanências de acordo com projetos baseados em valor monetário (Keul, 2015).

Portanto, os casos aqui relatados demonstram que os mercados imobiliário-turísticos litorâneos não emergem de forma espontânea nem se estruturam somente a partir de uma simples lógica racionalizadora, mas resultam de processos historicamente situados, atravessados por disputas, mediações institucionais e operações simbólicas. Ao articular os diferentes contextos nacionais, torna-se possível identificar tanto a recorrência de mecanismos de legitimação, como por exemplo a mobilização de ideais de vocação turística, discursos de progresso e enquadramentos jurídicos, quanto a persistência de tensões relativas ao acesso, uso e apropriação dos espaços costeiros. Desse modo, a abordagem que evidencia as disputas sobre a realidade social, permite não apenas complexificar a compreensão desses mercados, mas também evidenciar suas condições de possibilidade, seus limites e suas contradições, reforçando a centralidade das relações de poder na produção contemporânea dos espaços litorâneos.

5. Conclusão

Neste artigo, a partir de revisão bibliográfica, buscamos deslocar a análise dos mercados imobiliários litorâneos de uma perspectiva naturalizante da oferta e demanda, ancorada na lógica da escassez e da precificação hedônica, para uma compreensão sociológica topológica, de contestação e enraizamento histórico. Partimos da crítica à ideia segundo a qual a valorização da beira-mar decorreria de uma “demanda qualificada”, de uma “economia da escassez” e de uma “vocação turística”, mostrando que tais categorias funcionam menos como explicações e mais como dispositivos simbólicos de legitimação. Argumentamos, portanto, que os mercados costeiros são construções sociais historicamente situadas e estruturadas por relações de força, atuação central do Estado e produção de crenças necessárias à sua legitimação, estabilização e reprodução.

Em um primeiro momento, a análise dos mercados permitiu evidenciar que a valorização imobiliária litorânea depende da distribuição desigual de capitais que definem quem possui poder para produzir a ideia de escassez como valor e transformar paisagens em ativos financeiros. O litoral não emerge como território naturalmente vocacionado ao mercado: ele é progressivamente instituído como tal por meio de políticas públicas, dispositivos jurídicos, investimentos em infraestrutura e narrativas de ampla circulação que

convertem interesses particulares em expectativas coletivamente legitimadas. Como vimos, nesse processo, o Estado ocupa posição central, não apenas regulando, mas sendo ele próprio o produtor e mantenedor de categorias legítimas de percepção que molda o próprio campo econômico.

Em seguida, na discussão sobre mercados contestados, mostramos que a reprodução dos mercados litorâneos depende de sua capacidade de ordenar moralmente as controvérsias que os atravessam. Em um espaço de direitos em disputa, a estabilização do mercado não implica ausência de conflito, mas seu arrefecimento por meio de dispositivos de proteção, como, por exemplo, às populações vulneráveis identificadas, aos compromissos institucionais, às compensações e narrativas de sustentabilidade que transformam a crítica em variável administrável. Assim, a construção da legitimidade aparece como condição *sine qua non* para a continuidade das transações.

Finalmente, os casos da Praia de Pampelonne, na Riviera Francesa, a Jurerê Internacional e Balneário Camboriú, no sul do Brasil, passando por Maceió e Rota Ecológica dos Milagres, na região nordeste, evidenciam que a mercantilização do litoral não se explica por determinismos econômicos, mas por arranjos históricos específicos que articulam capitais privados, investimentos estatais e estratégica produção simbólica. Nestes contextos distintos, observa-se padrões convergentes: fabricação da exclusividade, reclassificação territorial, naturalização da apropriação seletiva da praia e produção de sociodiceias que justificam desigualdades como expressão inevitável do progresso. Ao mesmo tempo, cada caso revela idiosincrasias institucionais e culturais que confirmam a necessidade de mais análises situadas e comparativas.

Com isso, procuramos demonstrar que o litoral funciona como laboratório privilegiado para analisar o mundo social contemporâneo, onde a praia, longe de ser mero cenário, converte-se em objeto de lutas classificatórias que definem quem pode acessar, habitar e lucrar. Assim, do ponto de vista teórico, reforçamos a pertinência da sociologia – notadamente a sociologia econômica – para compreender a mercantilização litorânea como fenômeno simultaneamente material, simbólico e passível de contestação. Ao recolocar o problema da mercantilização do litoral em termos relacionais, históricos e morais, a sociologia contribui não apenas para compreender os mecanismos de valorização, mas para desnaturalizar as hierarquias sociais que se cristalizam nas paisagens costeiras.

Referências bibliográficas

ACTES DE LA RECHERCHE EN SCIENCES SOCIALES. Plages, territoires contestés. n. 218, 2017. Disponível em: <<https://shs.cairn.info/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2017-3?lang=fr&tab=sommaire>> Acesso em: 24 abr. 2026.

ALMEIDA, J. P. B. de. Mercantilização do mergulho: ocupação do litoral da Barra dos Coqueiros/SE pelos condomínios horizontais fechados. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE

SOCIOLOGIA DA UFS, 4, 2022, São Cristóvão, SE. **Anais** [...]. Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Sergipe (PPGS/UFS), 2022. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/16976>. Acesso em: 28 abr. 2026.

BOURDIEU, P. **Microcosmos: Teoria dos Campos**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2025.

BOURDIEU, P. O campo econômico. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v. 1, n. 6, p. 15-57, abr. 2005.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, P. **Sobre o Estado: cursos no Collège de France (1989-1992)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

BRAIN INTELIGÊNCIA ESTRATÉGICA. Mercado imobiliário da Região Nordeste: 4º trimestre de 2025. **Relatório**. [S.l.]: Brain Inteligência Estratégica, 2025.

BRUNO, I.; SALLE, G. « État ne touche pas à mon matelas ! » Conflits d’usage et luttes d’appropriation sur la plage de Pampelonne. **Actes de la recherche en sciences sociales**, n. 218, p. 26–45, 2017. Disponível em: <<https://shs.cairn.info/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2017-3-page-26?lang=fr&tab=texte-integral>>. Acesso em: 24 abr. 2026.

BRUNO, I.; SALLE, G. 'Before long there will be nothing but billionaires!' The power of elites over space on the Saint-Tropez peninsula. **Socio-Economic Review**, Vol. 16, No. 2, p. 435–458, 2018.

BRUNO, I.; SALLE, G. Sous le sable, le commun? Le droit à la plage contre l’enclosure balnéaire. Laval, C.; Sauvêtre, P.; Taylan, F. **L’alternative du commun**, Paris, Hermann p. 179-187, 2019. Disponível em: <https://hal.univ-lille.fr/hal-03219368>. Acesso em: 28 abr. 2026.

BRUNO, I.; SALLE, G. The making of the coastal concession apparatus: a sociohistorical study of Pampelonne Beach (France, 1920s-1970s). **Revista TOMO**, [S. l.], v. 44, p. e22700, 2025.

CATTO, André. “Descer pra BC?”: Balneário Camboriú é a cidade mais cara do Brasil para comprar um imóvel. **g1**, São Paulo, 6 jan. 2026. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2026/01/06/cidades-mais-caras-para-comprar-um-imovel.ghtml>>. Acesso em: 08 abr. 2026.

CORBIN, A. **O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental**. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

DANTAS, E. W. C.; FERREIRA, Angela Lúcia; CLEMENTINO, Maria do Livramento Miranda (coord.). **Turismo e imobiliário nas metrópoles**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2010.

DURKHEIM, E. **Lições de sociologia: a moral, o direito e o Estado**. Tradução de M. Stahel. São Paulo: Martins Fontes, 2002, p. 237-304.

ERTEL, V. R.; MAZON, M. "The Sky is no longer the limit": The Dilemmas of the Real Estate Overvaluation in Balneário Camboriú, Brazil. **Revista TOMO**, [S. l.], v. 44, p. e22762, 2025.

ERTEL, V. R.; MAZON, M. Fazer turismo e acreditar no turismo: A ideação da cidade brasileira balneária de Jurerê. **Revista Brasileira de Sociologia – RBS**, [S. L.], v. 13, p. e-rbs.992, 2025.

FOURCADE, M. Cents and sensibility: economic valuation and the nature of "nature". **American Journal of Sociology**, v. 116, n. 6, p. 1721-1777, 2011.

GARCIA-PARPET, M. F. A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-Sologne. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 11, n. 1, p. 5-44, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico 2022. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

JEVONS, W. S. **A teoria da economia política**. 3. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

KEUL, A. The fantasy of access: neoliberal ordering of a public beach. **Political Geography**, [S. l.], v. 48, p. 49–59, 2015.

LIESKE, S. N.; VAN DEN NOUWELANT, R.; HAN, J. H.; PETTIT, C. A novel hedonic price modelling approach for estimating the impact of transportation infrastructure on property prices. **Urban Studies**, v. 58, n. 1, p. 182-202, 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0042098019879382>. Acesso em: 27 abr. 2026.

LOLOUM, T. Derrière la plage, les plantations. Touristification du littoral et recomposition des elites dans le Nordeste brésilien. **Actes de la recherche en sciences sociales**, v. 218, n. 3. p. 46-63, 2017.

LOLOUM, T.; ALEDO, A. La fabrique d'un boom immobilier-touristique: tourisme et spéculation dans le Nordeste brésilien (2000-2010). **Norois**, n. 247, p. 15-30, 2018.

MARSHALL, A. **Princípios de economia**. 3. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988

MARQUES, F. Sol, praia, cultura e natureza: pesquisa revela os destinos e experiências preferidos dos brasileiros. **Turismo GOV.br**, 08 set. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/sol-praia-cultura-e-natureza-pesquisa-revela-os-destinos-e-experiencias-preferidos-dos-brasileiros>. Acesso em: 25 fev. 2026.

MIKHAYLOV, A. S.; MIKHAYLOVA, A. A.; KUZNETSOVA, T. Y. Coastalization effect and spatial divergence: Segregation of European regions. **Ocean & Coastal Management**, v. 161, p. 57-65, 2018.

NGUYEN, M. T. The hedonic pricing model to the housing market. **International Journal of Economics and Business Administration**, v. 8, n. 3, p. 416-428, 2020. Disponível em: <https://ijeba.com/journal/526>. Acesso em: 27 abr. 2026.

ROBBINS, L. **An Essay on the Nature and Significance of Economic Science**. London: Macmillan, 1932

ROSEN, S. Hedonic prices and implicit markets: product differentiation in pure competition. **Journal of Political Economy**, v. 82, n. 1, p. 34-55, 1974.

SARTORE, M. de S.; CARVALHO, A. D. A.; GOMES, W. J. F. Hotéis e hoteleiros no litoral: sociogênese da ocupação à beiramar Maceió-AL (1900-1979). **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v. 30, n. espe1, 2025.

SARTORE, M.; JOSÉ FRANCISCO GOMES, W. Selling Paradise: A Bourdieusian Analysis of Gated Condominium Development in the Ecological Route of the Miracles, Alagoas, Brazil. *Revista TOMO*, [S. l.], v. 44, e23671, 2025.

SAMUELSON, P. A.; NORDHAUS, William D. **Economics**. 18th ed. New York: McGraw Hill, 2005

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

SILVA, A. F. C. da.; FERREIRA, Angela Lúcia. O imobiliário-turístico e o Nordeste brasileiro: dinâmicas econômicas e urbanas sobre o litoral. **Revista Geográfica de América Central**, v. 2, n. 47E, fev. 2012. Disponível em: <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/3176> . Acesso em: 23 abr. 2026.

STEINER, P. A sociologia econômica da contestação moral. **Sociologias**, n. 25, e-soc125821pt, p. 1-28, 2023.

STEINER, P. **A Sociologia Econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.

STEINER, P.; TRESPEUCH, M. Contested Markets: morality, market devices and vulnerable populations. In: SCHILLER-MERKENS, S.; BALSIGER, P. (Ed.). **The Contested Moralities of Markets**. Bingley: Emerald Publishing Limited, 2019, p. 31-48.

STEINER, P.; TRESPEUCH, M. Introducción a Mercados Cuestionados: cuando el mercado se enfrenta a la moral. **Revista de Estudios Sociales**, v. 84, p. 133-147, 2023.

TOMO: **Revista de Sociologia**. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, v. 44, 2025. Dossiê 02: Coastal Squeeze: praias sob pressão socioeconômica e ecológica. Organização: Marina de Souza Sartore et al.

WALRAS, L. **Compendio dos elementos de economia politica pura**. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1986.

ZELIZER, V. Ethics in the Economy. In: BESCHNORNER, T.; BRINK, A.; HOLLSTEIN, B.; HÜBSCHER, M. C.; SCHUMANN, O. (Orgs.). **Wirtschafts- und Unternehmensethik**. Wiesbaden: Springer VS, 2020, p. 223-239.

ZELIZER, V. **Morals and markets: the development of life insurance in the United States**. New York: **Columbia University Press**, 1979.

ZULLO, I. Por que o metro quadrado atinge valores recordes? **G1**, São Paulo, 23 jan. 2026. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/especial-publicitario/zullo-imoveis-dicas-de-imoveis/noticia/2026/01/23/por-que-o-metro-quadrado-atinge-valores-recordes-entenda-aqui.ghtml>. Acesso em: 10 jan. 2026.