



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO  
CURSO DE TURISMO

RAYSSA CARLA FERREIRA DE ARAÚJO SANTOS

**BECO DA LAMA COMO ESPAÇO DE CULTURA, LAZER E DE EVENTOS DA  
CIDADE DE NATAL/RN**

NATAL, RN  
2022

RAYSSA CARLA FERREIRA DE ARAÚJO SANTOS

**BECO DA LAMA COMO ESPAÇO DE CULTURA, LAZER E DE EVENTOS DA  
CIDADE DE NATAL/RN**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN – como requisito para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade artigo científico.

Orientador: Dr. Ricardo Lanzarini.

NATAL, RN  
2022

RAYSSA CARLA FERREIRA DE ARAÚJO SANTOS

**BECO DA LAMA COMO ESPAÇO DE CULTURA, LAZER E DE EVENTOS DA  
CIDADE DE NATAL/RN**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN – como requisito para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade artigo científico.

Orientador: Dr. Ricardo Lanzarini.

Aprovada em 18 de julho de 2022.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Ricardo Lanzarini – Orientador  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

---

Prof<sup>a</sup>. Me. Gildygleide Cruz de Brito Rêgo – Convidado  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

---

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Raquel Fernandes de Macedo – Convidada  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

NATAL, RN  
2022

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN  
Sistema de Bibliotecas - SISBI  
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro Ciências Sociais Aplicadas -  
CCSA

SANTOS, Rayssa Carla Ferreira de Araújo.  
Beco da Lama como espaço de cultura, lazer e de eventos da Cidade de  
Natal/RN / Rayssa Carla Ferreira de Araújo Santos. - 2022.  
30f.: il.

Artigo (Graduação em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do  
Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Turismo.  
Natal, RN, 2022.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Lanzarini.

1. Turismo cultural - Artigo. 2. Eventos - Artigo. 3. Lazer - Artigo.  
4. Revitalização - Artigo. 5. Beco da Lama - Artigo. I. Lanzarini, Ricardo.  
II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/UF/Biblioteca CCSA

CDU 338.48-6:7/8

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo compreender as potencialidades dos eventos culturais e de lazer do *Beco da Lama* para o fomento do turismo cultural em Natal/RN. Já que, o beco da lama é, historicamente, um lugar de boemia e confraternização de residentes e visitantes e, desde sua revitalização em 2019, tem se reafirmado como um espaço de lazer para os natalenses. É pertinente frisar, que a metodologia deste trabalho consiste em um estudo de caso de caráter exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa, no qual, aplicou-se entrevistas semiestruturadas com um comerciante, representante da sociedade do Beco da Lama, e um representante da Secretaria Municipal de Turismo do Natal/RN. Dentre os resultados alcançados, diagnosticou-se que o Beco da Lama é um local que está iniciando suas atividades em relação ao turismo e enfrenta dificuldades de manter suas atividades devido a pandemia da covid-19, todavia, é um grande potencial turístico a ser desenvolvido, visto que, possui uma boa estrutura para receber a população e turistas, para isso, a divulgação do local e dos eventos precisa ser mais intensificada.

**Palavras-chave:** Cultura. Eventos. Lazer. Revitalização. Beco da Lama.

## ABSTRACT

This work presents aims to understand the potential of cultural and leisure events in Beco da Lama for the promotion of cultural tourism in Natal/RN. is clear that the Beco da Lama is, historically, a place of bohemia and fraternization of residents and visitors and, since its revitalization in 2019, it has reaffirmed itself as a leisure space for natives. It is pertinent to emphasize that the methodology of this work consists of an exploratory and descriptive case study, with a qualitative approach, in which semi-structured interviews were applied with a trader, a representative of the society of Beco da Lama, and a representative of the Municipal Tourism Department of Natal/RN. Among the results achieved, it is concluded that Beco da Lama is a place that is starting its activities related to tourism and faces difficulties in maintaining its activities due to the covid-19 pandemic, however, it is a great tourist potential to be developed, since it has a good structure to receive the population and tourists, for this, the promotion of the place and the events needs to be intensified.

**Keywords:** Culture. Events. Leisure. Revitalization. Beco da Lama.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
2.1 TURISMO E CULTURA.....	11
2.2 TURISMO E EVENTOS.....	13
2.3 A IMPORTÂNCIA DO MARKETING EM EVENTOS.....	15
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>17</b>
<b>4 RESULTADOS.....</b>	<b>19</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>24</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>27</b>
<b>APÊNDICE – Roteiro das entrevistas .....</b>	<b>29</b>
<b>ANEXO .....</b>	<b>31</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A cidade do Natal/RN não possui uma segmentação de turismo cultural consolidada, mas com a revitalização do Beco da Lama, que começou no ano de 2019 juntamente com o projeto de Lei de Patrimônio Cultural e aprovado em 2021, a situação pode mudar. Assim, Natal ganhou um espaço de cultura, lazer e eventos, onde os turistas podem aproveitar e conhecer um pouco da cultura potiguar, além de interagir com os residentes.

Vale explicitar que o presente trabalho tem como objetivo geral apresentar o Beco da Lama como um espaço de cultura, lazer e de eventos, bem como sua importância e potencialidade no cenário do turismo na cidade do Natal/RN.

É importante citar que o *marketing* da cidade não possui uma visibilidade para o turismo cultural, pois, o foco é o turismo de “sol e mar”, com a praia de Ponta Negra sendo o ponto de concentração de turistas, recebendo boa parte dos investimentos públicos e privados destinados ao turismo. Por consequência, o patrimônio cultural material e imaterial tem sido relegado, tanto pela administração pública quanto pela população em geral, que não reconhece o local como parte de sua identidade cultural.

Em referência, Filho & Bezerra (2022) relatam que “a preservação de bens de grande importância histórica é necessária, haja vista que são registros que fazem ser possível e factível a compreensão da trajetória social tomada por certo grupamento humano”.

Segundo o <sup>1</sup>blog Natal de ontem (2009), o Beco da Lama:

[...] é antigo. Vem dos primórdios do tempo em que a cidade acabava ali. Lama era porque pelo beco escorria lama ou de chuva ou de lavagem de roupa e de banho. A lama descia pelo local até chegar a um terreno próximo do Mercado da Cidade e ali ficava. Natal era uma cidade - naquela época - de poucas casas e naquele beco existiam mocambos de palha fincados na areia [...] A cidade foi tomada pé do progresso, mas o Beco continuou a ser chamado "da Lama" [...].

De acordo com o mesmo blog, o “Beco da Lama” era local para se jogar no bicho, tomar uma cachacinha, ou a famosa “meladinha”, que era uma mistura de

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://nataldeontem.blogspot.com/2009/12/beco-da-lama.html>. Acesso em junho de 2022. <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/beco-da-lama-ganha-cores-e-grafite/438323>.



cachaça com mel, onde bebiam em um reservado, desde pessoas influentes como os secretários de estado, escritores, advogados, jornalistas e até mesmo boêmios. Lá também possuía um “cabaré”, no qual eram locados quartos para os homens tomarem as “damas” que ficavam ali no beco à espera de seus clientes.

Acredita-se que o Beco da Lama apresenta um potencial turístico cultural importante, mas, carece de divulgação de suas ações culturais, tanto para moradores quanto para turistas, pois, no centro da cidade, onde se localiza o Beco da Lama, é deficiente em segurança e iluminação pública, fato que dificulta, por exemplo, a ida de ônibus após às 17h, por não haver segurança, bem como, de carro particular, que por falta de estacionamentos privados, o medo de arrombamentos e assaltos é real.

Por isso, o melhor jeito de chegar e sair do local é de carro de aplicativo ou táxi. Contudo, a área revitalizada do Beco, localizada na rua Vaz Gondim, é mais iluminada e tranquila, como apontam os comerciantes locais.

Apesar da indiferença por parte do Governo Estadual e Municipal e da inexistência de reconhecimento da própria comunidade, o Beco da Lama tem se revelado uma ótima e nova opção de lazer para os natalenses após a 1ª fase de sua revitalização, na rua Vaz Gondim foram feitos painéis de grafite que retratam a cultura e o famoso escritor potiguar Câmara Cascudo (seu grafite ficou logo na entrada principal que dá acesso para a avenida Ulisses Caldas), comandados pelo artista visual paulista Dicesarlove. Assim, o Beco tem se revelado um potencial atrativo turístico na segmentação de turismo cultural.

No mês de julho de 2021, foi aprovado o projeto de Lei nº 146/2019 pela Câmara Municipal, no qual o Beco da Lama” torna-se um patrimônio cultural da cidade do Natal/RN, uma conquista que possibilitará alavancar o segmento de turismo cultural na cidade.

No dia 23 de julho foi postado no <sup>2</sup>*Instagram* oficial da Prefeitura Municipal do Natal o andamento da 2ª fase de sua revitalização, onde está sendo feito um novo calçamento, serviço de drenagem e novas instalações hidráulicas, com fiação elétrica subterrânea, trazendo um ambiente mais organizado, moderno e bonito.

Depois de aproximadamente três meses de obra da 2ª fase da revitalização aconteceu a reabertura que se deu em 10/11/2021, sendo assim, feitos os serviços de drenagem, troca de calçamento, esgotamento sanitário, instalações hidráulicas e

---

<sup>2</sup> Disponível no Instagram oficial da Prefeitura Municipal do Natal @natalprefeitura. Janeiro de 2022.

elétricas e foram retirados quase todos os postes convencionais e substituídos por postes com lâmpadas de LED e a fiação, que é toda subterrânea, faltando só a finalização da revitalização dos painéis de grafites. O grafite estava sendo coordenado, na segunda fase, por Miguel Carcará, referência de grafiteiro de Natal/RN.

O estilo do Beco da Lama lembra muito o beco do Batman, que fica em São Paulo capital, na Vila Madalena, zona oeste, onde possui muros grafitados com as artes bem diversificadas e bares que são muito frequentados, tanto pelos moradores de São Paulo como também por turistas, sendo um dos principais cartões postais paulistanos.

Vale destacar, que o Beco da Lama também foi cenário de um clipe musical após a revitalização, promovido pela banda potiguar “Som e Balanço” com a música “Receba Amor”, lançada na plataforma do <sup>3</sup>*YouTube* em 30/09/2019. O clipe começou no Chico do Bar, que é o bar mais antigo do local e se desenvolve em frente aos painéis de grafite. A banda natalense “DuSouto” também lançou um clipe musical em que mostra o cenário do Beco da Lama, ao contrário da banda “Som e Balanço”, o clipe se passa não só no Beco da Lama, mas também em Bogotá (capital da Colômbia), com a música “Mexilena”, lançada no <sup>4</sup>*YouTube* em 30/09/2020.

Em 2021 o Beco da Lama retornou com algumas atividades culturais, um dos primeiros eventos ocorrido foi o <sup>5</sup>“Carnabeco” que foi realizado no dia onze de dezembro de 2021, com a concentração do cortejo no bar do Pedrinho, seguindo para ruas próximas ao beco e encerrando no bar do Naldo. No cortejo ouvia-se os ritmos do frevo e axé. No mesmo dia houve o resultado do vencedor do festival gastronômico <sup>6</sup>“PratodoMundo” que está na sua 14<sup>o</sup> edição – esse ano teve como tema as “raízes indígenas da culinária potiguar” - infelizmente o festival não pôde ocorrer no Beco da Lama - como é de costume todos os anos - por conta da segunda fase da revitalização, que não estava finalizada.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pz7I6xzkYNE>. Janeiro de 2022.

<sup>4</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=etEvjCam6VY&ab\\_channel=DuSouto](https://www.youtube.com/watch?v=etEvjCam6VY&ab_channel=DuSouto). Janeiro de 2022.

<sup>5</sup> Disponível no Instagram oficial da sociedade do Beco da Lama @sambabecodalama. Janeiro de 2022.

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/beco-da-lama-recebe-festival-gastronomico/526216>. Junho de 2022.

É importante enfatizar, que o encerramento do festival, no qual teve a premiação do vencedor, ocorreu com a realização de mais um evento no dia dezessete de dezembro de 2021, no próprio Beco da Lama com muita música. Para estender o tempo de permanência dos visitantes, alguns proprietários de bares se juntaram para contratar uma segunda atração coletiva e cada bar se responsabilizou por sua atração musical, onde os ritmos musicais se misturavam. Além de eventos musicais, são promovidos eventos gastronômicos e feiras.

A rua Coronel Cascudo é conhecida por dois bares, o Bar da Nazaré, que possui na quinta feira o evento “Quinta que te Quero Samba” e o Bar da Meladinha, que fica nas “adjacências” do Beco - como é chamado as ruas e os becos próximos ao Beco da Lama - e que vende a famosa bebida com o mesmo nome do bar, a qual foi inventada pelo primeiro dono do estabelecimento.

Para a ABRAPE (Associação Brasileira dos Promotores de Eventos) o setor de evento em 2013 movimentou cerca de R\$ 209,2 bilhões, assim, o setor teve 4,32% de participação no PIB nacional, segundo a pesquisa Dimensionamento Econômico da indústria de Eventos do Brasil, feita pela ABEOC Brasil em parceria com o SEBRAE.

É preciso acentuar que o setor de eventos emprega mais de 2 milhões de pessoas, direto e indiretamente. Na mesma pesquisa, entre os anos de 2013 a 2019 considera-se que o setor de eventos no seu todo, vem crescendo em média 6,5% ao ano.

É notável que a pandemia trouxe inúmeras consequências, inclusive para o setor de eventos devido o cancelamento da realização de seus festivais. De acordo com o Sebrae (2020) a pandemia do coronavírus afetou 98% o setor de eventos, influenciando o faturamento do setor com redução de 76% a 100% do faturamento em relação a abril de 2019 (SEBRAE, 2020).

Indubitavelmente, por ser um lugar histórico da cidade do Natal/RN, o Beco da Lama tem bastante potencial turístico, podendo ainda, motivar as pessoas a viajar por conta dos eventos e aumentar a visibilidade do turismo cultural da cidade, visto que é um lugar conhecido por sua boemia, nada melhor do que ressaltar ainda mais sua fama.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 TURISMO E CULTURA**

O turismo cultural é um dos segmentos mais priorizados pelos turistas, inclusive como complemento de outros segmentos, como o sol e a praia. Dessa forma, se torna um atrativo a mais no destino turístico, revelando sua identidade e memória local.

A relação existente entre cultura e turismo é visivelmente notada quando o turismo se apropria das manifestações culturais, da arte e dos artefatos da cultura. por sua vez a cultura também se apropria do turismo no que diz respeito a valorização das expressões culturais para o desenvolvimento do turismo. O turismo cultural tem a função de estimular aos fatores culturais dentro de uma localidade e é um meio de fomentar recursos para atrair visitantes e incrementar o desenvolvimento econômico da região turística respaldado pelos princípios do desenvolvimento turístico sustentável (BATISTA, 2005, p.30-31).

Na ótica de Batista (2005), a lógica do mercado turístico pode impor para a cultura local uma estratégia de dominação, controle, folclorização, instrumentalização dos nativos para gerar lucro e prestígio para os agentes do turismo e os governantes. O que precisa ser evitado por meio de um planejamento responsável com base local, respeitando e valorizando a diversidade cultural. Caso contrário, pode exercer uma função de modificação da cultura, interferindo no aspecto cultural e descaracterizando sua manifestação espontânea. Por isso, o turismo, enquanto fenômeno socioeconômico, deve revalorizar o cotidiano da localidade e não inventar uma manifestação cultural para mostrar ao turista.

O Turismo Cultural trata de uma área-chave de desenvolvimento local em que a comunidade é conduzida a resgatar sua história, cultura, hábitos e costumes a fim de poder transmiti-los para o turista. Portanto, o Turismo Cultural objetiva que o visitante descubra sítios, monumentos e fazeres humanos, visto que o ser humano procura conhecer a si mesmo e ao mundo que o rodeia de uma forma agradável e prazerosa (CLAUDIANA Y CASTRO, 2022).

Para Tomazzoni (2007, p.3) o patrimônio de natureza histórica, materializado pela arquitetura das construções antigas e contemporâneas constitui-se em cenário dos maiores centros de turismo, como as grandes capitais europeias, privilegiadas também pelos acervos dos museus mais visitados do mundo, como o Louvre em Paris. Vários dos maiores polos turísticos do mundo são essencialmente culturais, pelo conjunto de atributos como hábitos, costumes, tradições e valores das comunidades, a exemplo do Egito e Japão. Conforme Tomazzoni (2007, p.5):

As identidades culturais se transformam para satisfazer as necessidades do turismo como atividade de lazer cultural. Os segmentos que produzem os atrativos, ou que servem de atrativo, seriam as comunidades, que, em razão do turismo cultural, passariam a participar dos benefícios proporcionados pelo setor, como meio de valorização, tanto subjetivo-emocional, quanto econômica das manifestações, costumes, peculiaridades, hábitos e tradições. Por isso, é necessário que haja uma gestão adequada da relação turismo-cultura a fim de satisfazer essa expectativa e não frustrar os defensores do turismo cultural, como estratégia de desenvolvimento humano e socioeconômico.

Compreende-se assim, que é fundamental que haja investimentos no setor do turismo cultural e que as comunidades valorizem as manifestações culturais, visando o desenvolvimento socioeconômico da própria comunidade. De acordo com Menezes (2015, p.3) os fragmentos do passado explícitos nas edificações, nos espaços, nas ruas são importantes maneiras de conhecimento da história de uma cidade e das suas relações sociais.

No tocante, cabe a população a valorização das expressões culturais locais, para que não sejam esquecidas ao longo do tempo, e assim, os turistas poderão conhecer a história, a cultura e as manifestações culturais locais. “Esses fragmentos ativam a memória, fazendo com que o passado se mantenha vivo no presente e que se façam projeções para o futuro através das imagens projetadas no imaginário no momento em que se observam seus monumentos” (MENEZES 2015, p.3).

Essa busca pela memória, por um lado, indica uma crise de identidade, por outro, tem incentivado políticas públicas de gestão do patrimônio com o objetivo de sanar essa necessidade de memória e contribuir para o fortalecimento da identidade, aproximando a comunidade da sua própria história. A valorização e preservação do patrimônio são formas de manifestação de gestões públicas, que podem envolver a restauração, revitalização, reconfiguração ou ressignificação dos bens patrimoniais (MENEZES 2015, p.3).

No caso do Beco da Lama, a expressão cultural da cidade do Natal está expressa, tanto na boemia noturna quanto na arquitetura histórica e nos recentes grafites, tonando-se um potencial cultural para a diversificação da oferta turística local.

## 2.2 TURISMO E EVENTOS

Desde a antiguidade há registros de eventos e seus impactos sociais e econômicos, a exemplo temos os Jogos Olímpicos de 776 a. C. que, ao longo da

história, se tornou um dos principais vetores do turismo de eventos em nível mundial. Segundo Cardoso (2013, p.11), a importância dos eventos no turismo pode ser verificada desde a sua origem, motivando as primeiras viagens organizadas/agenciadas. Considerando que os eventos são artificiais e produzidos a qualquer tempo, e funcionam como uma alternativa para o controle da sazonalidade dos destinos (MARUJO, 2015).

Desse modo, o turismo de eventos se mostra como um recurso para ampliar/consolidar turisticamente uma região, detectar um destino, aperfeiçoar a imagem de um local e contrapor a sazonalidade. De fato, o turismo de eventos, graças à sua importância econômica e sociocultural, é um importante pilar para a economia e desenvolvimento de muitas regiões (MARUJO, 2015, p.3).

De acordo com Marujo (2015, p.4), “desde os anos 2000, a Organização Mundial de Turismo (OMT) tem destacado o mercado de eventos como um segmento altamente especializado e relevante para o setor turístico, inclusive cultural, visto que os eventos culturais representam uma parte importante no turismo de eventos, envolvendo a história/identidade da localidade”. Desse modo, “os eventos culturais representam uma fatia pertinente do turismo por buscarem as raízes de determinados povos para trazê-las à tona por meio de uma roupagem comercial para turistas e residentes consumirem a cultura local” (MACHADO, 2005, p.27).

Estes tipos de eventos estão diretamente relacionados às origens e as tradições dos atores sociais e espaços envolvidos na organização e promoção, seja no âmbito religioso, usos e costumes, arte, pintura, escultura, artesanato, literatura, música, dança, dentre outras expressões.

Um dos eventos culturais nacionais de maior destaque é o carnaval, que ocorre em todo território nacional, movimentando milhares de pessoas de todas partes do Brasil - e do mundo - em busca de alegria e diversão, seja nos desfiles das escolas de samba, grupos de frevo, bailes à fantasia ou atrás de trios elétricos (MACHADO, 2005, p.27).

Os eventos culturais geralmente são imersivos, fazendo com que os turistas se sintam parte do local (participação ativa). No RN tem-se o exemplo de Mossoró, com o espetáculo “Chuva de bala no país de Mossoró”, onde é contada a história da resistência de Mossoró ao bando do cangaceiro Lampião. Em conformidade, Gonçalves (2014, p.20) diz que “uma das principais influências que os eventos detêm na cultura, remete para o fato de que quando é realizado um evento, numa

determinada cidade ou país, o público entra no mundo dessas mesmas cidades ou países”.

No turismo, a publicidade em eventos auxilia na divulgação do destino, captando novos fluxos de turistas e investimentos. “No cenário dos eventos, ações de marketing usam uma linguagem comum de modo a aproximar-se mais do consumidor, de modo a persuadir o público a comprar algo, ou a fazer algo, ou neste caso a ir a algum lugar” (idem, p.23).

### 2.3 A IMPORTÂNCIA DO MARKETING EM EVENTOS

Na perspectiva de Silva (2009) “o marketing de eventos é de suma relevância, tanto para setor público quanto privado, especialmente por produzir uma imagem do destino turístico, gerando a oportunidade de aumentar suas vendas pela atração de residentes e turistas”.

Na visão de Silva (2009) “os eventos são formas de reunir pessoas em um ambiente atrativo e sociável. Como o foco de qualquer ação de *marketing* está centrado no cliente, o marketing de eventos tem se mostrado uma eficiente estratégia para pequenas, médias e grandes empresas”. No que tange, o consumidor busca opções diversificadas de lazer e o patrocinador busca atingir o público-alvo desejado, divulgar sua marca, promover seu produto, aumentar suas vendas e conquistar novos mercados, daí o sucesso do evento, realizar os objetivos de ambas as partes.

Na cidade do Natal tem como exemplo do evento anual que acontece em dezembro, o qual é o Carnatal, que é uma micareta com artistas nacionais e trios elétricos, em que o patrocinador (cervejaria) paga pela exclusividade de seus produtos, aumentando assim, seu *marketing* e vendas do produto, promovendo sua marca em espaços *vips* e ações diretas com o público consumidor do evento (SILVA, 2009, pg.18).

O mercado atual, em quase todos os setores, tem se mostrado competitivo, turbulento e, em certa medida, imprevisível (MEDEIROS, 2017, p.44). Essa instabilidade exige que as empresas sejam adaptativas e trabalhem sua forma de atuar, sua estrutura e até relações diretas com os clientes, aproximando as relações pessoais e comerciais em um jogo de sedução de novos consumidores.

O mercado global, estão inseridos os eventos e o turismo, promove a ampliação da permeabilidade e do movimento de recursos (informações, pessoas, bens e serviços) entre as fronteiras geográficas, políticas e culturais. Esse fenômeno resulta em alguns paradoxos: ao mesmo tempo que se amplia a acessibilidade há a diminuição de tempo para perceber ou disfrutar dos recursos aos quais se pode ter acesso, ao mesmo tempo que ocorre uma homogeneização de preferências devido à convergência de comunicação, disseminação de marcas e estilos de vida, ocorre também uma fragmentação e busca pelo que é específico e único (MEDEIROS, 2017, p.44).

Nesse sentido, os consumidores são mais exigentes e conectados (entre si e com empresas), pois, possuem mais escolhas e mais maneiras de adquirir o que querem. “Hoje em dia as pessoas que decidem realizar um evento podem com alguns “clicks” encontrar listas de profissionais, seus sites, redes sociais e avaliações com relação aos eventos que já realizaram” (MEDEIROS, 2017 p.45).

Da mesma forma que se tem mais acesso à informação, os clientes têm uma autonomia maior, com mais opções na hora de realizar suas compras (escolher um evento em um destino turístico). Cientes desse processo, as empresas buscam atrair mais consumidores e, para isto, são criadas estratégias de marketing, publicidade e relações públicas, todas desempenhadas para seus públicos. Assim, os eventos entraram neste segmento na intenção de gerar mais lucro, sendo cada vez mais utilizados tanto nas pequenas, médias e grandes empresas (RODRIGUES, 2016, p.31).

Dessa forma, na perspectiva de se aproximar dos consumidores, o marketing se adequa conforme o tempo avança e as mudanças acontecem, especialmente por meio do uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), geram novas demandas de marketing para atender diferentes necessidades e dificuldades que o consumidor pode sentir neste processo (SILVA; SILVA; PEREIRA, 2020, p.166).

O marketing digital para eventos tem esse elo que se fortalece cada vez mais, porque os profissionais entendem a importância que ele representa. Há várias maneiras de incluir o marketing digital em um evento, desde convites virtuais, design do evento e os convidados. Em suma, marketing digital pode, se utilizado corretamente, ser de grande ajuda para a realização de um evento, desde a montagem de estratégia até o recolhimento da pesquisa de satisfação (SILVA; SILVA; PEREIRA, 2020 p.166).

É notório, que diante da pandemia o marketing digital se fez bastante presente, inovando o jeito de se fazer eventos que, nos últimos anos, tiveram que se reinventar, assim, surgindo as *lives* de cantores/bandas, além de eventos corporativos, acadêmicos, sociais, entre outros, no modelo virtual.



O marketing digital é dinâmico, renova-se a cada instante, possui diferentes estratégias e variados canais, além de diferentes públicos, que acompanham sempre as tendências tecnológicas (SILVA, 2020, p.166).

As ferramentas de *marketing* digital proporcionam uma maior interação com o cliente, pois são um mecanismo eficiente de divulgação e disseminação de informações de forma rápida, com o intuito de analisar as necessidades de cada indivíduo e respondê-las rapidamente. “Esses mecanismos são implementados em estratégias/técnicas avançadas ou básica, em diversos segmentos de mercado, e ajudam a agilizar e otimizar as ações da empresa nos canais on-line, especialmente pelas redes sociais” (SILVA; SILVA; PERREIRA, 2020, p.166).

Os eventos podem ser utilizados como uma estratégia para alcançar os objetivos de relacionamentos. Hoje em dia uma empresa não basta ter uma marca forte, é preciso que ela esteja consolidada com seus públicos. Pensando sempre ao longo prazo, os eventos numa esfera comunicacional proporcionam uma aproximação com mais impacto aos stakeholders, por despertar atenção e, é uma das poucas ferramentas utilizadas onde os clientes deslocam-se de sua casa e vão até um determinado espaço, uma forma de quebrar a rotina do público e da empresa (RODRIGUES, 2016, p.35).

Sem dúvidas, “os eventos, quando bem realizados, deixam de ser atividade para preencher uma necessidade da empresa que organiza e passam a ser uma ferramenta capaz de aumentar as vendas e que visa ampliar a rede de relacionamento da mesma com seus públicos” (RODRIGUES, 2016, p.36).

Vislumbra-se aqui, a importância do investimento em eventos para a promoção do turismo cultural em Natal, especialmente no Beco da Lama, que promove rodas de samba e *shows* locais, em pleno Centro Histórico da cidade do Natal.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para realização deste trabalho utilizou-se a metodologia exploratória descritiva, exploratória por ter necessidade de ir a campo para se obter uma visão mais detalhada do trabalho, pois, de acordo com Gil (1999), a metodologia de pesquisa exploratória tem a finalidade de familiarizar o problema tornando-o mais explícito ou construindo hipóteses. Para isso, o planejamento deve ser bastante flexível considerando os mais

variáveis aspectos relacionados ao fato ou fenômeno estudado. E descritiva por explicar com mais exatidão, simplicidade e clareza.

Na visão de Castro (1976, p. 66) “quando se diz que uma pesquisa é descritiva, se está querendo dizer que se limita a uma descrição pura e simples de cada uma das variáveis, isoladamente, sem que sua associação ou interação com as demais sejam examinadas”. Dessa forma, essa metodologia foi importante para descrever e chamar a atenção para as potencialidades do Beco da Lama em relação ao turismo. Onde será realizada uma relação entre as respostas dos entrevistados, observando também a relação entre as entrevistas e os documentos encontrados.

A abordagem usada foi a qualitativa, que segundo Triviños (1987), esse tipo de abordagem consegue atender a:

[...] uma espécie de representatividade do grupo maior dos sujeitos que participarão no estudo. Porém, não é, em geral, a preocupação dela a quantificação da amostragem. E, ao invés da aleatoriedade, decide intencionalmente, considerando uma série de condições (sujeitos que sejam essenciais, segundo o ponto de vista do investigador, para o esclarecimento do assunto em foco; facilidade para se encontrar com as pessoas; tempo do indivíduo para as entrevistas, etc.) (TRIVIÑOS, 1987, p.132).

Com o intuito do esclarecimento de fatos e assim compreender a temática em questão, utilizou-se entrevistas com algumas pessoas que pudessem esclarecer as indagações da temática em questão. Cabe explicitar que a primeira entrevista, foi realizada com o representante da associação Viva o Centro, que foi criado na finalidade da revitalização do comércio e cultura do Centro Histórico do Natal, em 12 de novembro de 2021, presencialmente em sua residência.

A segunda entrevista destinou-se a um representante da sociedade dos amigos e amigas do Beco da Lama e adjacências (SAMBA), que foi criado na finalidade de promover e valorizar a cultura, os artistas que frequentam o Beco da Lama e organização de eventos para trazer o público de volta ao Beco da Lama, em 13 de novembro de 2021, presencialmente próximo ao Bardallos restaurante/bar.

Já a terceira entrevista foi realizada com o representante da Secretaria Municipal de Turismo do Natal (SETUR), em 26 de novembro de 2021, presencialmente na sede da SETUR.

E por fim a quarta e última entrevista, que foi realizada com o proprietário do bar “Chico do Bar”, um dos bares mais antigos do Beco da Lama, em 16 de dezembro

de 2021, presencialmente no próprio bar Chico do Bar. Cabe destacar, que todas as entrevistas foram gravadas.

Foram realizadas observações *in loco*, inclusive durante as entrevistas a técnica da observação direta, ajudou a compreender as dinâmicas locais, com o intuito de estabelecer um vínculo direto tanto com o local visitado quanto com os entrevistados. Nesse aspecto, a observação desempenha papel importante, pois, determina o investigador a estabelecer um contato direto com a realidade estudada (MARCONI; LAKATOS, 2002).

Utilizou-se ainda, fontes secundárias como: <sup>7</sup>*Instagram* oficial da Prefeitura do Natal; *site* oficial da <sup>8</sup>tribuna do norte; <sup>9</sup>*Instagram* oficial da sociedade do Beco da Lama, além da pesquisa documental e bibliográfica para aprofundar o estudo colocando o pesquisador em contato direto com todo o material escrito, falado, visto, etc., já que “a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sobre novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras” (MARCONI; LAKATOS, 1991, p.183).

Sendo assim, tal pesquisa foi realizada entre os meses de junho e dezembro de 2021, no espaço cultural do Beco da Lama, no Centro Histórico no município do Natal/RN, com objetivo de compreender as potencialidades dos eventos culturais e de lazer do *Beco da Lama* para o fomento do turismo cultural em Natal/RN.

#### 4 RESULTADOS

Através desta pesquisa foi possível perceber que o Beco da Lama, como espaço que detém valor cultural para a cidade de Natal/RN, apresenta grande potencialidade para o turismo de eventos, que traz versatilidade de músicas e eventos cotidianos que abrangem artistas locais, eventos gastronômicos e feiras, eventos esses, que poderiam ter uma divulgação mais ampla para uma diversificação maior para moradores e turistas.

---

<sup>7</sup> Disponível em: @natalprefeitura. Janeiro de 2022.

<sup>8</sup> Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/>. Junho de 2021.

<sup>9</sup> Disponível no Instagram oficial da sociedade do Beco da Lama. @sambabecodalama. Junho de 2022.

Os resultados obtidos para este trabalho são frutos de entrevistas consentidas, cujos roteiros estão em anexo (apêndice 01/02/03/04) pela SETUR, SAMBA, Viva Centro e Chico do Bar. É importante explicitar que a pesquisa descreve fielmente a fala dos entrevistados.

Nas entrevistas foram respondidas perguntas a respeito das problemáticas locais, como a promoção do Beco da Lama como atração cultural, além da segurança local e acesso. Na entrevista 01, junto à SETUR, a entrevistada fala justamente da promoção que está sendo feita do Beco da Lama depois das obras de revitalização ao dizer que como secretária de turismo, já está promovendo o local. “Ele faz parte do roteiro que a gente divulga, tanto do centro histórico, especificamente, quanto o roteiro cascudeano, que ele tem. Os grafites a temática e Câmara Cascudo, ele já está na programação da gente desde que o Beco da Lama foi inaugurado em 2019, se não me engano, nesse formato”.

Percebe-se pela fala do representante da SETUR que o Beco da Lama está inserido em roteiros desde o início da revitalização, valorização e preservação do local. No entanto, o Beco da Lama ainda não é visto como um local de turismo cultural e infelizmente poucos turistas frequentam o Beco da Lama, mas, com as iniciativas e promoções turísticas poderá se tornar um importante local turístico.

No Beco da Lama não é comum se notar turistas, principalmente à noite, mas com a revitalização a situação pode mudar. Conforme o representante do Viva o Centro que retrata a percepção dos comerciantes locais e a importância da entidade que os promove a revitalização foi realizada justamente pensando nos turistas e nas pessoas de Natal. [...] Nós já andamos por vários centros, o centro de Recife, centro do Rio, centro de São Paulo, principalmente, você vê que lá é ponto turístico, vão pra conhecer o centro, mas nós estávamos abandonados aqui por muito tempo e acho que com essa criação da associação, isso mudou, hoje tem muito atrativo no centro da cidade. Nós temos investimento em ruas recapeadas, temos o calçadão da Rio Branco que foi alargado e está em fase final, temos também, a revitalização das paredes do beco e agora a revitalização da calçada de todo Beco da Lama, que inclusive não vai ser mais da lama porque a lama ali vai deixar de existir, entendeu? Tudo isso traz potencial para o turista, né? Mas precisamos ainda progredir muito mais. Não adianta fazer uma pintura e deixar uma calçada acessível se os próprios comerciantes não evoluírem, é aí que entra o Viva o Centro, que precisa buscar a capacitação das pessoas que estão lá, os turistas veem, é uma coisa diferenciada”.

A relação existente entre cultura e turismo é visivelmente notada quando o turismo se apropria das manifestações culturais, da arte e dos artefatos da cultura. por sua vez a cultura também se apropria do turismo no que diz respeito a valorização das expressões culturais para o desenvolvimento do turismo. O turismo cultural tem a função de estimular aos fatores culturais dentro de uma localidade e é um meio de fomentar recursos para atrair visitantes e incrementar o desenvolvimento econômico da região turística respaldado pelos princípios do desenvolvimento turístico sustentável (BATISTA, 2005, p.30-31).

Entende-se assim, que para atrair turísticas faz-se necessário o investimento em manifestações culturais, objetivando o desenvolvimento econômico da localidade. Com o intuito de atrair turísticas e pensando no desenvolvimento socioeconômico local, o Beco da Lama e seu entorno ganharam várias revitalizações para poder alavancar o turismo cultural da cidade, que era tão esquecido, com a reforma, a cidade ganhará mais um segmento turístico, assim, diversificando e valorizando o turismo da cidade do Natal/RN.

Por 2020 ter sido o auge da pandemia de covid-19, os eventos (legalizados) foram cancelados durante todo o ano, todavia, no segundo semestre de 2021, foram retomados gradativamente no Beco da Lama e suas adjacências os eventos culturais da tradicional boemia local.

Quando questionou-se sobre a retomada dos eventos culturais nos finais de semana o proprietário do Chico do Bar fala que: “todo final de semana tem, agora não sei, porém tinha sempre no final de quinta a sábado eventos aqui muito bons, como a prefeitura não colocava música ao vivo nós comerciantes nos reuníamos e pagávamos pagode, samba, uma coisa assim, mas sempre tinha um movimento, porque se não tiver música ao vivo o cliente não vem”.

Em consonância, Rodrigues (2016) salienta que “os eventos, quando bem realizados, deixam de ser atividade para preencher uma necessidade da empresa que organiza e passam a ser uma ferramenta capaz de aumentar as vendas e que visa ampliar a rede de relacionamento da mesma com seus públicos”. Cabe destacar que o Beco da Lama tem atrações musicais diversas, dessa forma, traz visibilidade para o local, assim movimentando o fluxo de pessoas no Beco.

No começo da revitalização do Beco da Lama a prefeitura colocou um palco no início da rua com atrações musicais, segundo o proprietário do Chico do bar o pessoal da prefeitura colocava música de 3h da tarde até 10h da noite. “era por conta da prefeitura, não era a gente que pagava. Aí sempre tinha na sexta e quinta e sexta e

sábado começava de 3h até 10h, era muito bom, chamava muito público. Não sei se eles vão renovar isso”.

É importante mencionar que a associação Viva o Centro apoiou também a revitalização do Beco da Lama. “*Nós passamos* dois anos parados por conta da pandemia, [...] qual é o tipo de eventos que nós apoiamos? Acho que o principal foi a revitalização do Beco da Lama, partindo de uma necessidade dos comerciantes que se estavam ali no Beco da Lama e nós apoiamos totalmente, indo até a prefeitura buscando, indo até São Paulo conversar com Dicesar, que foi quem fez aqueles painéis, tanto lá no Beco da Lama como no largo do Rui Pereira, que fica do lado do IFRN Campi Cidade Alta, então, nós apoiamos nesse sentido. Quando a pandemia chegou não houve mais eventos, então assim, se a pergunta é destinada a eventos, nós não apoiamos tanto por conta da pandemia, mas há duas semanas nós estivemos junto com associação, estivemos presente na associação lá na posse, que foi um evento ali atrás do camelô e nós estávamos apoiando. Com certeza tudo que estiver relacionado ao beco vamos apoiar”.

Foi perguntado também sobre a divulgação dos eventos do Beco da Lama ao Viva o Centro, para isso, obtive a seguinte resposta: “a divulgação depende única e exclusivamente de quem vai fazer o evento, então eu acredito e confio plenamente na associação, o que poderia se melhorar para se trazer é justamente onde entra o Viva o Centro é aquela, é a busca de tentar com a Secretaria de Turismo, tanto de Natal/RN quanto do Rio Grande do Norte, de colocar o Beco da Lama como sendo um dos polos para o turista vir visitar. Na hora que o turista chega no hotel puxa lá um folder no balcão e ver o Beco da Lama na divulgação, ele vai querer ir lá, entendeu? Eu acho que assim, a iniciativa tanto a privada como a pública, ela tem que estar presente na divulgação e para isso, o Viva o Centro entra como aliado a associação”.

No ponto de vista de Silva (2009, p.16) o marketing de eventos é de suma relevância, tanto para setor público quanto para o privado, especialmente por produzir uma imagem do destino turístico, gerando a oportunidade de aumentar suas vendas pela atração de residentes e turistas. Sem dúvidas o marketing é imprescindível para o êxito do setor turístico e econômico, sendo assim é pertinente mencionar, que durante a pesquisa de campo observou-se a necessidade de mais divulgação por parte dos eventos, pois, para os moradores não é comum ver turistas transitando pelo Beco.

Uma das perguntas realizada para o representante da sociedade do Beco da Lama (SAMBA) foi, se a comunidade do Beco da Lama e adjacências participa de alguma maneira dos eventos realizados no mesmo. Para essa pergunta o representante respondeu que “toda ela, [...] quer dizer a comunidade do Beco, porque existe a comunidade trabalhadora que tem o espaço alugado pra fazer seu comércio e existe o morador. Quando o morador aproveita o evento ele baixa com sua mesinha, sai as vezes de sua casa vendendo ambulante as coisas, quando eles transformam sua casa em um empreendimento, em um comércio ele ganha também”.

Quando se questionou também ao representante da sociedade do Beco da Lama (SAMBA) se existia algum incentivo público para a manutenção dos bares e ao turismo, o mesmo indagou:

“Não, o bar é mantido pela própria pessoa, agora tem o detalhe nesse sentido, a instituição por exemplo, a prefeitura ela age junto com a SAMBA nessa parceria de criar eventos, por exemplo a gente fez aqui no dia 02 (02/10/2021), desde o dia do primeiro sábado do mês de outubro a volta gradativa das atividades culturais do Beco da Lama, Beco da Lama não é só lá, Beco da Lama virou tudo isso aqui. [...] Incentivo não tem, mas a gente pretende ter uma galeria, a gente pretende, a prefeitura pretende futuramente criar né, um espaço aqui (Beco da Lama) de visitação, não só aqui no centro histórico mas também que vá para Ribeira né, que conheça, eu não gosto dessa palavra não, chamado tríade turístico que venha pra cá, que passe, que visite” (REPRESENTANTE DO BECO DA LAMA, 2022).

Ao questionar o representante da sociedade do Beco da Lama (SAMBA) sobre o que poderia ser feito para o fomento do turismo no Beco da Lama, o mesmo relatou: “eu acho que nesse sentido né, quando a gente constrói junto, eu acho que a receptividade já é um grande passo pra você receber bem, eu acho que tudo aqui tá mudando e estamos ainda em processo de transformação, em todos os sentidos”.

É perceptível, que uma das principais problemáticas do local em 2020/2021 principalmente para os comerciantes, foi a pandemia da COVID-19, onde os mesmos ficaram sem trabalhar por alguns meses, o proprietário do Chico do Bar, dono do bar mais antigo fala um pouco sobre o assunto:

“... desorganizou tudo e trabalhar a gente não podia, a gente queria trabalhar e quando fechava um mês, dois por causa da pandemia, tem que fechar não pode ficar até tal hora, não pode ter muitos clientes dentro do ambiente. Isso tudo a gente, da minha parte, eu reconheci e até pela minha idade também eu não fazia questão de abrir não preferia achava melhor eu ver o lado da saúde do que trabalhar. Eu nunca fui contra esse lado de fechar por causa da pandemia eu fui sempre a favor” (CHICO DO BAR, 2022).

O proprietário do Chico do Bar fala também sobre a questão da segurança do Beco da Lama e suas Adjacências citando que:

“Tá faltando, era para ter uma segurança, assim não direto porque o bairro não é só o Beco da Lama. Falta policiamento para todos os bairros. O policiamento aqui é pequeno, mas deveriam frequentar quando tem música ao vivo. Eles passam, por exemplo, de 9h da noite, aí lá para as 11h da noite vem ver se ainda tem música, aí eles fiscalizam. Não é direto, mas eles sempre fiscalizam, eu tô com esses anos todinho aqui nunca precisei de um policial na minha porta preciso dele sim, mas não assim, é para me ajudar quando é uma confusão” (CHICO DO BAR, 2022).

O representante da sociedade SAMBA falou um pouco sobre o festival gastronômico que o Beco da Lama e suas Adjacências tem. “[...] 14 edição do Pratodomundo é um festival gastronômico que diferente dos outros locais ninguém bota ninguém embaixo de uma tenda pra todo restaurante não, o restaurante fica lá no “canto” dele e as pessoas vão lá provar do prato, a comissão jugadora vai lá pra constatar, pra averiguar, pra jugar o prato né [...] é no horário de funcionamento, também se respeita o horário de funcionamento de cada restaurante”.

A partir das entrevistas, percebe-se que os entrevistados compreendem a importância do Beco da Lama para a história da cidade do Natal, turismo cultural e eventos. Entende-se também que o Beco da Lama é um lugar agradável para se ir, com uma boa estruturação, que ainda está em processo de transformação no que diz respeito ao turismo e na divulgação de eventos principalmente para turistas.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente estudo foi desenvolvido com o objetivo de analisar as potencialidades do Beco da Lama para o turismo cultural em Natal, identificando as diversas formas de lazer existentes nessa localidade, procurando compreender a dinâmica do Marketing dos eventos propiciados naquela região, na visão dos agentes produtores (proprietários e comerciantes) assim como pela visão dos responsáveis pela promoção do turismo local (representantes do setor público).

A construção deste trabalho permitiu adquirir uma visão mais ampla do Beco da Lama, entendendo que o mesmo apresenta um potencial tanto histórico quanto cultural, contribuindo para o aquecimento do turismo no local. É importante que seja construído um turismo cultural baseado na essência da região, sem perder sua



característica estrutural e/ou cultural (manifestações culturais), assim a identidade cultural se mantém viva.

O Beco da Lama com sua revitalização fez com que a história natalense fosse resgatada e valorizada por ser um local característico da boemia natalense desde os primórdios do crescimento da urbanização da Cidade Alta. Agora com mais modernidade e infraestrutura e futuramente trazendo bons frutos ao turismo cultural do Natal.

No Beco da Lama há um evento que é conhecido pela população que faz o uso assíduo do local que é o festival gastronômico “PratodoMundo”, que foi realizado no segundo semestre de 2021 estando em sua 14ª edição, é sempre realizado no Beco da Lama, que por conta da revitalização, não participou efetivamente como de costume e sim no dia dos eventos que foi o anunciado do vencedor e no dia do encerramento. Esse evento é realizado nos próprios bares que aderem ao festival (Beco da Lama e adjacências), assim, cada bar ou restaurante faz um prato exclusivo para o evento, além da gastronomia tem palestras e nos sábados possuem atrações musicais.

É notório, que os eventos são importantes para uma localidade, posto que com eles a economia gira dentro da cidade, emprega diretamente e indiretamente e auxilia na diversificação de lazer diminuindo a sazonalidade do local. O turismo cultural e de eventos podem ser complementares um com o outro, pois, um evento cultural traz uma importância para a história de um povo que é transmitido mais didaticamente para os espectadores (comunidade e turistas).

O *marketing* de eventos é importante para uma melhor visibilidade do evento, podendo também fazer uma imagem positiva do turismo da localidade que está sediando o evento, os clientes que consomem eventos estão se tornando cada vez mais exigentes e com mais autonomia ao adquirir um evento, por conta da tecnologia que está cada vez mais rápida e prática. O *marketing* de eventos vem se tornando mais comum, sendo para fazer um evento de promoção de um destino turístico como também para uma marca, visto que, é um ambiente mais descontraído e de confraternização.

Entende-se que para uma melhor divulgação e diversificação de atrações do Beco da Lama, se faz necessário um investimento maior em divulgação e infraestrutura por parte do poder público, mesmo sabendo, segundo a Secretaria Municipal de Turismo, que já está sendo feita uma promoção em relação ao Beco da

Lama e que local está inserido no roteiro que compõem o centro histórico e roteiro cascadeano por conta dos grafites que são na temática de Câmara Cascudo.

É relevante frisar que a realização das entrevistas não foi tarefa fácil, por causa da conciliação de horários, por serem pessoas ocupadas e também devido a pandemia da COVID-19, pois os eventos ficaram parados por muito tempo.

Em síntese, por se tratar de um tema pouco explorado, e devido sua importância no cenário cultural potiguar é imprescindível que estudos futuros possam abordar essa temática para ajudar a compreender e aprofundar ainda mais sobre o Beco da Lama, já que os eventos, o lazer e o turismo cultural do local podem ajudar também o desenvolvimento de estudos que falem sobre outros centros históricos.

Percebe-se também que se faz necessário um investimento ainda maior não só no âmbito particular, como no âmbito público, através de atrações culturais e de eventos, nesse sentido, observa-se a importância de se continuar pesquisando e estudando sobre esse assunto, visto que, muito ainda há de se aprender e se mobilizar para que a comunidade local e turística conheça, aprecie e torne o Beco da Lama, potencializado, visto, lembrado e muito frequentado.

## REFERÊNCIAS

Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/beco-da-lama-sera-declarado-patrima-nio-cultural-de-natal/514286>. Acesso em junho de 2021;

Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/beco-da-lama-a-reaberto-ao-pablico-apa-s-revitalizaa-a-o/527402> . Acesso em dezembro de 2021;

Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-impacto-da-pandemia-no-setor-de-eventos,424ba538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em novembro de 2021;

Disponível em: <https://www.abrape.com.br/numeros-do-setor/#:~:text=Fatores%20Econ%C3%B4micos,6%2C5%25%20ao%20ano>. Acesso em novembro de 2021;

BATISTA, Cláudio Magalhães. **Memória e identidade: aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural**. Caderno virtual de Turismo. Vol.5. nº 3. 2005, p.27-33;

CARDOSO, Margarida Lopes. **A importância da organização de eventos no turismo**. Faculdade de Letras da Universidade do Porto 2013;

CASTRO, Claudio de Moura. **Estrutura e apresentação de publicações científicas**. São Paulo: McGraw-Hill, 1976.

CLAUDIANA, Y Castro. **A Importância da educação patrimonial para o desenvolvimento do turismo cultural**. Acesso em 20 de maio de 2022.

FILHO, Hélio Teodósio de Melo & BEZERRA, Heriberto Silva Nunes. **O direito à memória potiguar: um estudo sobre o abandono do patrimônio histórico-cultural, arquitetônico e urbanístico de Natal/RN entre 2007-2018**. <https://periodicos.ufrn.br/casoseconsultoria/article/view/22375/13410>. Acesso em 2022.

GONÇALVES, Estelle Marinho. **Eventos culturais**. Acesso em 03 de maio de 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999;

MACHADO, Daniel Coelho. **Turismo de eventos culturais: análise dos impactos econômicos do evento “A República em Laguna”**. 2005;

MARCONI, Marina Andrade & Lakatos, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

\_\_\_\_\_. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARUJO, Noémi. **O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região.** Universidade de Évora/IGOT-CEG. Portugal. Vol. 8, 2015;

MEDEIROS, Mirna de Lima. **Marketing de Eventos.** Ponta Grossa: UEPG/NUTEAD, 2017, p. 91;

MENEZES, Juliana Santos. **O patrimônio cultural da cidade de Ilhéus à luz da literatura de Jorge Amado.** Revista cultural, 2015;

RODRIGUES, Lucas Olmes. **Eventos como Estratégia de Relacionamento - um estudo a partir da Eny Calçados de Santa Maria/RS.** São Borja/RS 2016;

SILVA, Advaldo Maciel da. **Marketing de Eventos.** 2009;

SILVA, Yuno. **Beco da lama ganha cores e grafite.** 2019. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/beco-da-lama-ganha-cores-e-grafite/438323>. Acesso em junho de 2021;

SILVA, Danyelle Alinne Rodrigues da; SILVA, Sandy Cristine Branco Silva; PEREIRA, Maurilio José. **Marketing Digital na Organização de Eventos: a visão de profissionais de marketing.** Revista H-Tec Humanidades e Tecnologia, v.4, Edição Especial EIC 2020, p.6-222, nov., 2020.

TOMAZZONI, Edegar Luís. **Dimensão Cultural do Turismo. Vol. 5 nº3. São Paulo, 2007;**

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Três enfoques na pesquisa em ciências sociais: o positivismo, a fenomenologia e o marxismo.** In: \_\_\_\_\_. Introdução à pesquisa em ciências sociais. São Paulo: Atlas, 1987;

II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil – 2013;

## **APÊNDICE – Roteiro das entrevistas**

### **VIVA CENTRO NATAL**

- 1- Como o Viva Centro surgiu?
- 2 - Com qual finalidade?
- 3 - O Viva Centro apoia os eventos realizados no Beco da Lama? Como?
- 4 - Acredita que os eventos podem trazer o aumento de turistas, juntamente com a revitalização do Beco da Lama?
- 5 - O que poderia ser feito para melhorar a divulgação dos eventos e o fluxo de pessoas?
- 6 - O que o Beco da Lama representa para o Viva Centro?
- 7 - De que maneira a pandemia impactou o trabalho do Viva Centro?
- 8 - Existe algum projeto de evento planejado para o Beco da Lama?

### **SOCIEDADE DOS AMIGOS E AMIGAS DO BECO DA LAMA E ADJACÊNCIAS (SAMBA)**

- 1- Como a sociedade surgiu?
- 2- Para qual finalidade?
- 3- Todos os eventos que acontecem no beco possuem o apoio da sociedade?
- 4- Existe algum planejamento de evento para o beco da lama depois da segunda fase da revitalização?
- 5- O que poderia ser feito para melhorar a divulgação dos eventos e o fluxo de pessoas?
- 6- Quando é organizado um evento a comunidade do beco é inserida de alguma forma?
- 7- Acredita que o beco da lama é um potencial turístico?
- 8- Depois da primeira etapa da revitalização o fluxo de pessoas aumentou?
- 9- Existe incentivo público para a manutenção dos bares? Incentivo para o turismo?
- 10- O que poderia ser feito para fomentar o turismo no beco da lama?
- 11- Os eventos realizados no beco pela sociedade têm recebido incentivo público?

### **GESTOR MUNICIPAL**

- 1- Qual a visão a secretaria municipal de turismo tem do Beco da Lama?
- 3 - Como será feito a promoção do beco da lama como atração turística? Haverá incentivos regulares para a manutenção do fluxo turístico? (Entra no roteiro cultural / incentivos fiscais / participação da comunidade local nos processos decisórios).

### **CHICO DO BAR (BAR MAIS ANTIGO)**

- 1- Como começou a história do bar “Chico do bar”?

- 2- Como era o beco da lama no começo do bar?
- 3- Qual a principal diferença do antes e do agora no beco depois da revitalização?
- 4- Depois da primeira fase da revitalização, o que mudou no fluxo e no comportamento dos frequentadores do beco?
- 5- Em quais momentos é possível detectar turista?  
Como é possível fazer essa identificação? Há intervenção de agências de viagens nesse processo?
- 6- O que poderia ser feito para aumentar o fluxo de turistas a partir dessa segunda fase da revitalização? Como tem se dado o trabalho da Secretária de Turismo junto aos empresários do Beco?
- 7- Qual foi o impacto negativo que a COVID-19 trouxe para o beco?
- 8- Como os eventos são realizados no bar, existe um planejamento prévio? Os eventos são regulares, tem todo final de semana?
- 9- O que esses eventos oferecem aos frequentadores?
- 10- Quando a prefeitura teve a iniciativa de colocar um palco com atrações musicais, como funcionava? Quais os impactos positivos e negativos?
- 11- Qual sua percepção sobre segurança do Beco?
- 12- Acredita que o beco da lama seja um potencial turístico?

## ANEXO

Figura 1 – Beco do Batman



Figura 2 – Beco da Lama



Figura 3 – Chico do bar (bar mais antigo do Beco da Lama)



Figura 4 – Poste de LED e calçamento do Beco da Lama.



Figura 5 – Grafite de Câmara Cascudo no Beco da Lama

