

**Potencialidades dos eventos culturais do Beco da Lama para o fomento
do turismo cultural da cidade de Natal/RN**

Rayssa Carla Ferreira de Araújo Santos

Graduação em Turismo na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN),
Brasil.

E-mail: rayssacarla345@gmail.com.

Aline Gisele Azevedo Lima de Barros

Mestre em Engenharia da Produção (PEP-UFRN), Brasil.
Doutoranda em Turismo no Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR/UFRN),
Brasil.

Professora Adjunta do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal
da Paraíba (UFPB), Brasil.

E-mail: alinegazevedolima@gmail.com.

Amanda Mirely Cipriano Soares

Mestre e Doutoranda em Turismo no Programa de Pós-Graduação em Turismo
(PPGTUR/UFRN), Brasil.

E-mail: amandamirellybf19@gmail.com.

Ricardo Lanzarini

Doutor em Ciências Humanas (UFSC) com Pós-doutorado em Lazer e Turismo (USP),
Brasil.

Professor Adjunto do Departamento de Turismo e Professor Permanente do Programa
de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR/UFRN), Brasil

E-mail: ricardo.lanzarini@ufrn

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo analisar as potencialidades dos eventos culturais e de lazer do *Beco da Lama* para o fomento do turismo cultural em Natal/RN. O *Beco da Lama* é, historicamente, um lugar de boemia e confraternização de residentes e visitantes e, desde sua revitalização, tem se reafirmado como um espaço de lazer para os natalenses e uma opção para os turistas. Para tanto, a pesquisa consiste em um estudo de caso de caráter exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa. Para coleta de dados utilizou-se da observação *in loco*, acesso a domínios *on-line* e de um roteiro semiestruturado para quatro entrevistas, sendo dois representantes do comércio local,

um da Sociedade do Beco da Lama e um da Secretaria Municipal de Turismo do Natal/RN. Para analisar os dados, empregou-se a análise de conteúdo. Dentre os resultados alcançados, diagnosticou-se que o Beco da Lama é um local que faz parte da história e da cultura de Natal, a partir de seus estabelecimentos e eventos culturais semanais como a Quinta Que Te Quero Samba e a Discotecagem, e anuais, o Festival Gastronômico, Pratomundo, o carnaval fora de época, CarnaBeco, e o Festival Literário, FliBeco, além de grafites em seus muros e paredes, que o fazem uma galeria a céu aberto, passando por uma revitalização de 2019 a 2021. Todavia, é um espaço com potencial turístico a ser desenvolvido, visto que, para além da boa estrutura para comportar a população e turistas, os eventos realizados retratam, de forma peculiar, os aspectos da cultura da boemia natalense. Conclui-se que para os eventos identificados, durante a imersão no Beco, possam fomentar o turismo de interesse histórico-cultural se faz necessário mais investimentos em segurança pública, em incentivos as manifestações culturais e em estratégias de marketing voltadas a turistas e residentes.

Palavras-chave: Eventos. Cultura. Lazer. Turismo. Beco da Lama.

1 INTRODUÇÃO

Como segmento do turismo, os eventos destacam-se, essencialmente, pelo potencial na captação de demanda e diversificação da oferta turística nas destinações receptoras. De acordo com a Associação Brasileira de Promotores de Eventos (ABRAPE) (2023), os milhares acontecimentos programados, realizados anualmente no Brasil, oportunizam 3.506.431 empregos diretos e indiretos no país e contribuem com cerca de 4,5% do PIB nacional.

Com vistas às ingerências locais, os eventos de interesses culturais, os quais são concebidos para entretenimento e diversão de um público que busca por experiências socioculturais singulares, são evidenciados, pois além de fomentar a economia, contribuem com a valorização dos aspectos identitários do lugar e fortalecimento da cultura anfitriã (VEIGA, 2017).

Os eventos culturais tendem a acontecer em ambientes conectados aos aspectos históricos e culturais de uma localidade em que possam ser relacionados às áreas de artes visuais, música, teatro, dança, circo e literatura, sob a forma de espetáculos, festivais, feiras, saraus, exposições, oficinas e lançamentos de produtos culturais.

Nesse sentido, cabe uma análise sobre os espaços apropriados ou que propiciem uma atmosfera agradável para a execução de eventos culturais. Na cidade de Natal, capital do Rio Grande do Norte - RN, conhecida por suas belas praias e por uma atividade turística mais focada no lazer do sol e mar, identificou-se o Beco da Lama como um espaço histórico-cultural de lazer e eventos. O ambiente tem sua historicidade evidenciada, tendo em vista que era o local onde lavadeiras trabalhavam e a água que saía das roupas escorria pela rua, em forma de lama e parava no seu fim. Nessa época, a região era pouco habitada, mas, com o progresso da cidade, o local foi se transformando em um ponto de encontro de intelectuais, artistas e profissionais liberais, que se reuniam para jogar no bicho, tomar uma cachacinha, a famosa “meladinha” - uma mistura de cachaça com mel -, em um local reservado (CAVALCANTI NETO, 2009).

Há mais de 30 anos sem lama, o Beco, como também é chamado, e suas ruas adjacentes, segundo Souza (2022, p. 92) “não corresponde apenas a Rua Vaz Gondim onde de fato é o Beco da Lama, mas toda a extensão do perímetro que frequentemente se referem ao eixo de eventos e bares compreendido pela Rua Coronel Cascudo, Rua

Vigário Bartolomeu e a Rua Vaz Gondim”, continuam sendo espaços para encontros, bate-papos, apreciações culturais e curtir um bom bar com petiscos e cerveja (SEM ETIQUETA, 2022). Em 1994 os frequentadores do espaço fundaram a Sociedade dos Amigos e Amigas do Beco da Lama e Adjacências (SAMBA) para articularem ações em prol da luta pela preservação da cultura e do patrimônio do centro histórico de Natal. Uma associação privada, sem fins lucrativos, responsável por atividades que historicamente movimentam o bairro da Cidade Alta, como o Festival Gastronômico do Beco da Lama, o Pratodomundo e o mais recente Festival Literário do Beco da Lama, o FliBeco (MORENA, 2019).

Outros dois eventos que acontecem em dois bares tradicionais nas adjacências do Beco, na Rua Coronel Cascudo, atraem um grande contingente de pessoas, marcando o circuito de lazer das noites de quinta-feira, principalmente, entre o final do ano de 2017 e o começo de 2018, consolidando o Beco enquanto um dos principais pontos de lazer de Natal. Coexistindo no mesmo logradouro, um dos eventos é discotecagem de *disco music, house e techno* para um público mais jovem e predominantemente LGBT+ e, o outro, a quinta do samba que acontece desde 2008 contando com uma roda de samba no meio da rua frequentada por um público mais diverso (SOUZA, 2022). Além dos vendedores ambulantes, começaram a surgir pessoas realizando brechós vendendo arte, sebos itinerantes, bazares, dentre outras coisas.

Além de ser uma ótima ferramenta cultural, a promoção desses eventos nas cidades com características turísticas, predominantemente, de sol e mar, à exemplo de Natal/RN, surge como um fator diferenciador para o incremento de sua oferta turística, como também uma alternativa de combater a sazonalidade deste mercado que prejudica todos os seus agentes, desde empresários a comunidade local (MARUJO, 2015). Assim, eventos como os que acontecem no Beco da Lama podem vir a contribuir para criar novas segmentações no mercado turístico natalense.

Com base nisso, a investigação pretende analisar quais as potencialidades de tais eventos para o fomento do turismo cultural em Natal/RN. Para isso, buscou-se caracterizar os principais eventos culturais realizados no Beco da Lama; constatar a percepção dos agentes envolvidos no que tange às problemáticas locais que implicam na realização dos eventos; e, por conseguinte, apresentar as implicações dos eventos identificados para o fomento do turismo cultural na capital potiguar.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Nesta seção aborda-se, teoricamente, as temáticas de eventos, suas definições e suas implicações no mercado turístico, além do *marketing* específico como estratégia de captação de demanda turística e, por fim, sua relação com a cultura local e a atividade turística.

2.1 Eventos e implicações para o *trade* turístico

A palavra evento, de acordo com sua origem, provém do latim *eventus* e significa acontecimento, que “se alinha ao verbo acontecer, proveniente do latim *contigecere* no sentido de ser ou constituir fato de importância na vida social e em outros domínios públicos” (PAIVA, 2017, p. 03).

Já o seu mercado,

que se caracteriza por ser de atuação extremamente amplo, abrangendo as mais variadas formas de transporte, hospedagem, lazer, alimentação, comércio e demais serviços especializados, gera uma série de benefícios para os empreendedores, para a cidade receptora e para a comunidade (RÊGO; BARROS; LANZARINI, 2021, p. 97).

Desde a antiguidade há registros de eventos com seus impactos sociais e econômicos, a exemplo dos Jogos Olímpicos de 776 a. C. que, ao longo da história, se tornaram um dos principais vetores de deslocamento para participação em nível mundial (MATIAS, 2013). Por isso, Gayer (2017), afirma ser consenso que as viagens para participação dos mais diversos tipos de eventos como feiras, congressos, reuniões de negócios, festivais, eventos religiosos, culturais, entre outros, também devem ser contabilizadas como consumo turístico, já que o visitante de eventos utiliza a infraestrutura e consome produtos e serviços turísticos.

Segundo Cardoso (2013, p.11), a importância dos eventos para o 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, funcionam ainda como uma alternativa para o controle das variações temporais e cíclicas da demanda por destinos e serviços turísticos ao longo do ano, devido no turismo haver uma tendência de que em determinadas épocas ou períodos específicos do ano existam maior procura por destinos turísticos, enquanto outras épocas possam ter uma demanda reduzida e assim prejudicar os destinos e as empresas envolvidas com este mercado, o que se conhece pelo termo sazonalidade (MARUJO, 2015).

Desse modo, os eventos se mostram como um recurso para ampliar e, até mesmo, consolidar a vida de um espaço, de uma localidade, aperfeiçoando sua imagem e contrapondo a sazonalidade. De fato, os eventos, por sua vocação em movimentar a economia e as atividades socioculturais do lugar, se tornam um importante pilar para o desenvolvimento de muitas regiões (idem).

Ainda 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”.

Neste contexto, a publicidade em eventos auxilia na divulgação do destino, captando novos fluxos de residentes e de turistas, além de 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” (MARUJO, 2015, p. 23).

2.2 Marketing de eventos como estratégia de captação de demanda turística

De acordo com Britto e Fontes (2013), um evento é capaz de reunir uma demanda de distintas localidades incentivando a realização de uma viagem, que, por sua vez, aproveita-se da ocasião para a efetivação de passeios, de compras, de visitação a pontos turísticos, promovendo, assim, a utilização da infraestrutura básica e turística de uma cidade.

Beni (2003) aponta que a realização de eventos atua como uma ferramenta promotora da atratividade turística, equilibra a sazonalidade, movimenta uma demanda

nos mais diversos tipos de locais, podendo ampliar o uso da estrutura básica e turística do destino receptor. Para Getz e Page (2016), atribui-se aos eventos a contribuição na formulação de uma imagem positiva das cidades e, conseqüentemente, no aumento da demanda turística.

Diante da relevância dos eventos para o turismo e para as localidades, Silva (2009), destaca que o *marketing* de eventos surge como uma ferramenta tanto para o setor público quanto privado, especialmente por produzir uma imagem positiva do destino, gerando a oportunidade de aumentar suas vendas pela atração de residentes e turistas.

Como o foco de qualquer ação de *marketing* está centrada no cliente, o *marketing* de eventos tem se mostrado uma eficiente estratégia para empresas, justamente por serem formas de reunir pessoas em um ambiente atrativo e sociável. O consumidor, por buscar opções diversificadas de lazer e o patrocinador, por buscar atingir o público-alvo desejado, divulgar sua marca, promover seu produto, aumentar suas vendas e conquistar novos mercados, são beneficiados com o sucesso do evento, ou seja, os eventos realizam os objetivos de ambas as partes (SILVA, 2009).

Neste mercado os consumidores são bastante exigentes e conectados (entre si e com empresas), já que têm muito acesso à informação e, portanto, mais alternativas para escolha e autonomia na hora de realizar suas compras - escolher um evento em um destino turístico - por exemplo.

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 [...] 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 (SILVA, 2009, p. 35-36).

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.

2.3 Eventos, Cultura e Turismo

Os eventos de cunho cultural estão diretamente relacionados às origens e as tradições dos agentes 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 (MACHADO, 2005). O referido autor (p. 27) destaca que “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”.

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”.

Neste contexto, a lógica do mercado turístico pode impor para a cultura local uma estratégia de dominação, controle, instrumentalização dos nativos para gerar lucro e prestígio para os agentes do turismo (BATISTA, 2005), fato que deve ser evitado por meio de um planejamento responsável com base local, respeitando e valorizando a diversidade cultural (GONÇALVES, 2014). Caso contrário, pode haver uma distorção 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.

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 [...] O turismo cultural tem a função de estimular os 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).

Esse tipo de turismo que se apropria da cultura, de acordo com Pérez (2009), se denomina turismo cultural, por se tratar 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 revivê-las e transmiti-las 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.

Para Tomazzoni (2008, p. 03) “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.

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 (TOMAZZONI, 2008, p. 05).

Compreende-se, assim, que é fundamental haver investimentos no setor cultural para que as comunidades valorizem suas manifestações e não sejam esquecidas ao longo do tempo, também, visando seu próprio desenvolvimento socioeconômico a partir dos eventos e da atividade turística. 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 [...] ativam a memória. [...] Essa busca pela memória [...] tem incentivado políticas públicas de gestão do patrimônio com o objetivo de 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.

Neste contexto, o turismo cultural é considerado, a partir de Pérez (2009), um dos segmentos priorizados pelos turistas, inclusive como complemento de outros segmentos, como o sol e mar. Dessa forma, se torna um atrativo a mais no destino turístico, revelando sua identidade e memória local. No caso do objeto estudado nesta pesquisa, o Beco da Lama, as manifestações culturais da cidade do Natal/RN, podem estar expressas tanto na boemia, com seus shows e festividades, quanto na arquitetura histórica e nos recentes grafites, tornando-se um potencial cultural para a diversificação da oferta turística local.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa se caracteriza como exploratória e descritiva. Exploratória pela necessidade de ir a campo para se aproximar do problema inquirido e obter uma visão mais detalhada do objeto. E descritiva por objetivar, de acordo com Flick (2013), a partir da descrição criteriosa dos fatos e fenômenos, obter informações e proporcionar novas visões sobre a realidade e as potencialidades do Beco da Lama em Natal/RN.

A abordagem é qualitativa por ser um tipo de estudo que, segundo Flick (2013), busca a descrição criteriosa dos fatos e fenômenos com intenção de obter informações e proporcionar novas visões sobre determinada realidade, analisado em uma perspectiva integrada, podendo ser conduzido por diferentes caminhos metodológicos.

Assume, também, o caráter de estudo de caso por buscar compreender as potencialidades dos eventos culturais e de lazer do Beco da Lama para o fomento do turismo cultural na cidade de Natal/RN. Para Almeida (2016, p. 61), o estudo de caso é “um procedimento metodológico com pretensões holísticas, na medida em que procura apreender diversas dimensões de um fenômeno ou evento social específico” uma vez que para sua aplicação exige muita imersão do pesquisador.

Para os sujeitos participantes decidiu-se por representantes que pudessem esclarecer a situação do Beco da Lama e dos eventos nele realizados. Para tanto, buscou-se contato com: 1 - um representante da Associação Viva Centro (Entrevistado 01), por ser composta de comerciantes da região do Centro Histórico de Natal - criado com a finalidade da revitalização de seu comércio e de suas atividades culturais; 2 - um representante do SAMBA (Entrevistado 02), composta por frequentadores assíduos e

comerciantes do Beco - originado com o intuito de promover e valorizar a cultura, os artistas, a comunidade local e a organização de eventos para trazer o público de volta ao Beco; 3 - um representante da Secretaria Municipal de Turismo do Natal (SETUR) (Entrevistado 03), por ser o órgão responsável por planejar e promover o turismo da cidade, é um agente em que se buscou informações sobre a inserção do Beco da Lama no cenário turístico natalense; e 4 - o proprietário de um dos bares mais antigos do Beco (Entrevistado 04), por ser, juntamente com o SAMBA, pessoa que vive a realidade da rotina do Beco.

Para a coleta de dados decidiu-se por roteiros pré-estabelecidos e semiestruturados específico para cada agente, tendo em vista que cada um tem seu papel particular no objeto de estudo, aplicados via entrevista. Esses roteiros foram elaborados com a finalidade de orientação aos pesquisadores do que se deveria conversar com cada agente, deixando-os à vontade, e assim possibilitando uma flexibilidade na ordem dos assuntos de acordo com o desenrolar das entrevistas.

Cabe destacar que o momento de coleta de dados envolveu gravações em áudios. Aproveitando que as duas entrevistas com os representantes do SAMBA (Entrevistado 02) e dos bares do Beco (Entrevistado 04) foram realizadas no local, respectivamente, em 13 de novembro e 16 de dezembro de 2021, decidiu-se pela inclusão da técnica de observação direta *in loco*, por possibilitar aos pesquisadores compreenderem as dinâmicas locais, estabelecer um vínculo direto tanto com o local visitado quanto com os entrevistados, determinando ao investigador estabelecer contato direto com a realidade estudada (FLICK, 2013).

As outras duas entrevistas foram realizadas no dia 12 de novembro de 2021, com o representante do Viva Centro (Entrevistado 01), em sua residência. E no dia 26 com o representante da SETUR (Entrevistado 03), em sua sede.

Utilizou-se ainda, fontes secundárias como o *Instagram* oficial da Prefeitura do Natal (@natalprefeitura), *site* oficial do jornal Tribuna do Norte (<http://www.tribunadonorte.com.br/>) e o *Instagram* oficial do SAMBA (@sambabecodalama), como uma forma de incrementar as informações sobre o objeto investigado.

Superada esta etapa de coleta de dados, passou-se para a análise dos dados apurados. Escolheu-se a análise de conteúdo por justamente permitir alinhar as teorias que subsidiaram a construção desta pesquisa, os dados reais, informações descritivas, com interpretações mais subjetivas que levam em consideração sensações, pensamentos, opiniões, sentimentos e percepções vivenciadas nas visitas *in loco* e nos domínios *on-line* mencionados.

Para tanto, criou-se três categorias, como podem ser vistas no Quadro 1, a partir do imbricamento dos objetivos desta investigação, da teoria com as vivências das visitas ao objeto de estudo e as buscas *on-line* por informações, já que Bardin (2011, p. 15) retrata que “tal processo oscila entre dois polos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade”.

Quadro 1 – Categorias e critérios para análise e discussão dos dados

Categorias	Crítérios
Eventos Culturais do Beco da Lama	Identificação do local e dos eventos, periodicidade e características.
Percepção dos agentes	Promoção do local, infraestrutura física, segurança, atividades culturais, eventos, turismo, desafios.
Fomento para o Turismo	Promoção do local, parcerias público-privado,

Cultural	inserção do Beco da Lama em roteiros turísticos comercializados.
----------	--

Fone: Elaboração própria (2023)

Portanto, as categorias apresentadas no Quadro 1 dizem respeito, primeiro, aos eventos culturais em si que acontecem no Beco da Lama, com sua identificação e com sua periodicidade, se são anuais, semanais, diários, de acordo com Maias (2013), como também, discorrendo sobre suas características de realização. Na segunda categoria aborda-se a percepção dos agentes envolvidos com o local em estudo, como setor público, privado e sociedade frequentadora, sobre questões de infraestrutura, segurança, atividades culturais, eventos e como eles veem a atividade turística nesse ambiente. Por fim, na terceira categoria, aborda-se o fomento da atividade turística em Natal colocando o Beco da Lama como um instrumento para tal, apresentando se há promoção do espaço, parcerias público-privada e se existe algum roteiro turístico na cidade que insere o Beco.

Quanto à ética na pesquisa, utiliza-se o nome do Beco da Lama, por ser um espaço de domínio público, aberto à visitação. Enquanto, aos nomes dos entrevistados, dos bares e estabelecimentos da região não são divulgados a fim de preservar suas identidades.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados obtidos para este trabalho são frutos da interseção da teoria estudada, das entrevistas consentidas, através das falas dos agentes, das visitas destes pesquisadores ao local investigado e dos acessos a três domínios *on-line*.

Organizou-se esta seção em três partes, cada uma correspondendo a análise e discussão de uma categoria do Quadro 1 da seção metodologia.

4.1 Eventos Culturais do Beco da Lama

O Beco da Lama fica no bairro de Cidade Alta, na zona Leste de Natal, em seu Centro Histórico. É formado pelo cruzamento de três travessas, cujos nomes no logradouro são rua Coronel Cascudo, Vigário Bartolomeu e Vaz Gondim, indo da rua Ulisses Caldas até a rua João Pessoa (Ver Figura 1). Juntas reúne bares e comércio onde a maior parte do público faz parte da boemia potiguar, além de ser um espaço propício para socialização, apreciação de apresentações culturais e estilos diversos, música eletrônica, samba, forró, teatro e exposições, como também para curtir um bom bar com petiscos, cerveja e cachaça (SEM ETIQUETA, 2022). É um museu a céu aberto, dado que os muros e paredes dessas ruas foram pintadas por artistas do RN e de outros estados brasileiros (QUEIRÓZ, 2022).

O SAMBA, que existe há quase 30 anos, foi fundada por frequentadores assíduos e comerciantes locais, com o objetivo de articular atividades que historicamente movimentam o bairro da Cidade Alta, como o Festival Gastronômico Pratodomundo, o mais antigo de Natal. Com premiação até o sexto colocado em sua 15ª edição no ano de 2022, teve a participação de 15 estabelecimentos da região servindo pratos por valores especiais, custando até R\$15,00, com o tema Temperando o coco, como uma forma de valorizar um dos ingredientes mais amados na culinária nordestina. Além dos pratos servidos – principais atrações do evento - contou com programação

musical, apresentações de dança, teatro e incluiu a 2ª Mostra Cultural e Gastronômica de Comida de Terreiro, inspirada nos ingredientes afro-brasileiros (AVELINO, 2022). Outro evento, é o Festival Literário FliBeco, que neste mesmo ano teve a sua 2ª edição, recheado de debates e mesas literárias, lançamentos de livros, quadrinhos e cordéis, participação de sebos e apresentações musicais (TÍPICO LOCAL, 2022).

Somados a esses, existem dois eventos que acontecem regularmente nas noites das quintas-feiras na rua Coronel Cascudo (Ver Figura 1). Uma roda de samba no meio da rua que se realiza desde 2008, frequentada por um público bem diverso; e no outro extremo da rua, uma discotecagem de *disco music*, *house* e *techno* para um público mais jovem e predominantemente LGBTQ+ que se realiza desde 2018 (SOUZA, 2022).

Figura 1 - Localização da Cidade Alta (limite tracejado) e o eixo do Beco da Lama (Rua Vaz Gondim) com a Rua Coronel Cascudo (laranja)



Fonte: Souza (2022, p. 14)

Com a consolidação desses eventos, começaram a surgir problemas junto a Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo (SEMURB), tanto em relação à limpeza do local quanto ao barulho e à legislação vigente (MORENA, 2019). Nesse contexto, a Associação Viva Centro foi criada no segundo semestre daquele ano como iniciativa dos empresários locais e o Programa Novo Centro Histórico, como iniciativa da prefeitura de Natal, inaugurado no primeiro semestre de 2019. Ambos com o objetivo de revitalizar o centro histórico de Natal, e em particular, o Beco da Lama e suas adjacências a fim de incrementar o comércio e o turismo no local (NATAL, 2019).

Em meados de 2019, deu-se início à primeira fase de revitalização pela prefeitura, que concedeu lixeiras, iluminação pública, monitoramento policial e decorações em épocas festivas. Na rua Vaz Gondim (O Beco) foram feitos painéis de grafite por artistas locais que retratam a cultura e o famoso escritor potiguar Câmara Cascudo (ver Figura 2), comandados pelo artista visual paulista Dicesarlove (Artista de rua e Muralista, nascido em São Paulo - SP). As obras estiveram paradas durante o ano de 2020, como também todos os eventos e comércio que existem no local, devido a pandemia de covid-19.

Com o retorno das obras no ano de 2021, iniciou-se a segunda fase da revitalização, sendo feito um novo calçamento, serviço de drenagem, esgotamento sanitário e novas instalações hidráulicas, com fiação elétrica subterrânea, trazendo um ambiente mais organizado, moderno, agradável e bonito (NATAL, 2021a). Corroborando à esta revitalização, no mês de junho de 2021, foi aprovado o projeto de Lei nº 146/2019 pela Câmara Municipal, no qual o Beco da Lama torna-se patrimônio cultural da cidade do Natal/RN, uma conquista vista como uma possibilidade de alavancar o fomento do segmento de turismo cultural na cidade (OLIVEIRA, 2021).

Vale destacar que o Beco também foi cenário de dois clipes musicais após a primeira fase de revitalização (ver Figura 2): o primeiro, promovido pela banda potiguar Som e Balanço com a música Receba Amor, lançada na plataforma do *YouTube*¹ em 30 de setembro de 2019; e o segundo, da banda natalense DuSouto com a música Mexilena, lançada no *YouTube*² em 30 de setembro de 2020.

Figura 2 - O antes e o após à revitalização do Beco da Lama



Fonte: Elaboração própria (2023) a partir de Cavalcanti Neto (2009) - o antes -, e arquivo pessoal - o após.

Em 10 de dezembro de 2021, deu-se a reabertura do Beco da Lama, faltando a finalização da revitalização dos painéis de grafites, que nesta segunda fase, foi coordenada por Miguel Carcará, referência de grafiteiro de Natal/RN, sendo feitos novos grafites com 17 artistas potiguares selecionados através de chamada pública (NATAL, 2021b). Com isso, Natal ganhou um espaço de cultura, lazer e eventos onde turistas podem aproveitar e conhecer um pouco da cultura potiguar, além de interagir com os residentes.

Marcam o retorno das atividades culturais do Beco da Lama, o Carnabeco, realizado no dia 11 de dezembro de 2021, com muito frevo e axé (TÍPICO LOCAL, 2021). No mesmo dia houve o resultado do vencedor da 14^o edição do Festival Gastronômico Pratomundo e no dia 17 houve shows de bandas locais para comemorar seu encerramento (TRIBUNA DO NORTE, 2021).

4.2 Percepção dos agentes sobre os impasses locais para a realização dos eventos

As entrevistas envolveram questionamentos acerca das problemáticas locais, pautas como a promoção do Beco da Lama, com direcionamento para atração cultural e segurança local foram destaques. Na entrevista 03, junto à SETUR, a responsável fala

¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pz7I6xzkYNE>.

² Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=etEvjCam6VY&ab_channel=DuSouto.

justamente da promoção que está sendo feita do Beco da Lama depois das obras de revitalização ao dizer que 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 é 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. (Entrevistada 03).

Percebe-se pela fala da 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 poucos turistas frequentam esse espaço, necessitando de mais iniciativas em *marketing* para a promoção turística.

No Beco da Lama, mesmo não sendo comum encontrar turistas, começa-se a existir uma percepção diferente dos agentes do espaço, essencialmente, após a revitalização iniciada em 2019 e finalizada em 2021, como pode ser observada a partir da fala do Entrevistado 01 (representante do Viva Centro).

[...] 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 Centro, que precisa buscar a capacitação das pessoas que estão lá, os turistas veem, é uma coisa diferenciada. (Entrevistado 01).

Essas percepções corroboram com os estudos de Batista (2005) que apresenta a relação existente entre cultura e turismo, principalmente, quando o turismo se apropria das manifestações culturais, bem como a cultura também se apropria do turismo no que diz respeito a valorização das expressões culturais para o desenvolvimento do turismo cultural.

Entende-se assim que, para atrair turistas, faz-se necessário o investimento em manifestações culturais, objetivando o desenvolvimento da localidade. Com o intuito de atrair turistas 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 até certo tempo, foi relegado.

Por 2020 ter sido o auge da pandemia de covid-19, os eventos culturais (legalizados) da tradicional boemia do Beco da Lama e adjacências foram cancelados, sendo notável as inúmeras consequências negativas em virtude do isolamento social, não só para este espaço como também para todo o setor de eventos e turismo mundial

(RÊGO; BARROS; LANZARINI, 2021). Por isso, quando se questionou sobre a retomada dos eventos culturais no Beco da Lama o representante dos bares expõe

[...] 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. [...] 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” (Entrevistado 04).

13

Em consonância, Rodrigues (2016, p. 36) 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 que trazem visibilidade para o local e dinamizam o fluxo de pessoas.

No começo da revitalização do Beco da Lama a prefeitura colocou um palco no início da rua com atrações musicais, 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. (Entrevistado 04).

É importante mencionar que a Associação Viva Centro apoiou também a revitalização do Beco da Lama e a volta dos eventos após a pandemia.

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. (Entrevistado 01).

Foi questionado, também, sobre a divulgação dos eventos do Beco da Lama ao representante do Viva Centro:

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 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 Centro entra como aliado a associação. (Entrevistado 01).

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”. Considerando-se que o marketing é imprescindível para o êxito do setor turístico e econômico, é pertinente destacar que, durante a pesquisa de campo, observou-se a necessidade de mais divulgação dos eventos, especialmente para turistas.

Uma das indagações proferidas ao representante do SAMBA (Entrevistado 02) foi se a comunidade do Beco da Lama e adjacências participa de alguma maneira dos eventos realizados, destacando 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 às vezes de sua casa vendendo ambulante as coisas, quando eles transformam sua casa em um empreendimento, em um comércio ele ganha também. (Entrevistado 02).

Observou-se, ainda, como fragilidade, que existe a falta de incentivo público para a manutenção dos bares e ao turismo da cidade.

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 trade turístico que venha pra cá, que passe, que visite. (Entrevistado 02)

Quanto ao fomento da atividade turística, continua

[...] 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. (Entrevistado 02).

Outro problema, que ressurgiu após a reabertura do Beco, em dezembro de 2021, foi a questão da insegurança, que o representante dos bares discorre:

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” (Entrevistado 04).

15

Essa questão aparece em duas reportagens encontradas na *web*, corroborado com as falas destacadas, em que Vital (2022) e Regis (2023), mostram muitos casos de insegurança e a inquietação de alguns comerciantes e proprietários de estabelecimentos tradicionais, sugerindo fechar suas portas até que o poder público tome providências. Essa questão também pode afetar os moradores de todo o Beco e adjacências, uma vez que, quem reside fica com os problemas constantemente.

Percebe-se, de maneira geral, que os entrevistados compreendem a importância do Beco da Lama para a história e para a cultura da cidade podendo auxiliar no desenvolvimento do turismo cultural. Mas, mesmo passando por um processo de revitalização, ainda apresenta muitos desafios, como falta de segurança e do aumento de incentivos aos eventos e promoção do local.

4.3 Eventos Culturais do Beco da Lama como estratégia de fomento para o Turismo Cultural de Natal/RN

O Beco da Lama, como espaço que detém valor cultural para a cidade de Natal/RN, apresenta grande potencialidade para o turismo cultural, devido a sua arquitetura, seus estabelecimentos e eventos, por trazerem versatilidade de músicas e eventos cotidianos que abrangem artistas locais, acontecimentos gastronômicos e feiras, os quais podem diversificar a oferta de entretenimento da região.

Sua rotina contempla inúmeros bares com música ao vivo (samba, pagode, DJs do movimento *Clubber*) nas noites de quinta à sábado, com grafites que podem ser melhor apreciados durante o dia, almoçando comida de boteco, que na noite incrementam a atmosfera de todo o espaço. O beco se tornou a maior galeria de arte a céu aberto de Natal (QUEIRÓZ, 2022, SEM ASSUNTO, 2022).

Nessa rotina existem dois eventos culturais nas noites de quintas-feiras: a quinta do samba que acontece desde 2008 e que desde 2017 se denomina Projeto cultural Quinta Que Te Quero Samba, tornando-se Patrimônio Imaterial do Município de Natal em 16 de março de 2020 (Natal, 2020); e a discotecagem que acontece desde de 2018. Somados a esses, há o Festival Gastronômico Pratodomundo, o CarnaBeco e o Festival Literário FliBeco, que em 2022 tiveram suas 15^a e 2^a edições, respectivamente.

Os eventos realizados em tal espaço possibilitam engajamento da comunidade e reforçam laços identitários com o lugar, como também, permitem que os visitantes contemplem, de forma mais autêntica, suas experiências turísticas. Para tal efeito, é

necessário que alguns impasses observados nesta pesquisa (parceria público-privado, insegurança pública, investimento em *marketing* para eventos etc.), os quais afetam a realização dos eventos identificados, sejam sanados.

O Beco da Lama, ao estilo do famoso beco do Batman, na Vila Madalena, zona oeste de São Paulo capital, que também possui muros grafitados com artes diversificadas e bares muito frequentados, tanto pelos moradores de São Paulo como também por turistas, brasileiros e estrangeiros, sendo um dos principais cartões postais paulistanos (CASTILHO, 2023), deveria despontar como uma atração para o natalense e ser inserido em roteiros que são comercializados para turistas que adentram a capital do RN.

Mas o que se observa, mesmo após uma revitalização estrutural e legislativa, é a falta de divulgação de suas ações culturais, inclusive de seus acontecimentos programados, tanto para moradores quanto para turistas. Conforme o verificado, o enfoque maior do *marketing* municipal e estadual é o turismo de sol e mar. Por consequência, o patrimônio cultural material e imaterial tem sido relegado pela administração pública e pela população em geral, que não reconhece ainda o local como parte de sua identidade cultural.

O Beco da Lama e adjacências, como espaço de realização de eventos culturais, é um ambiente agradável e com boa estrutura física, propício para socialização de grupos e trocas de experiências socioculturais. Contudo, ainda está em processo de adaptação para o início das atividades turísticas, o que ratifica a necessidade de divulgação mais direcionada e intensificada das ações desenvolvidas no lugar, inclusive dos acontecimentos programados.

5 CONCLUSÃO

O Beco da Lama, localizado na Cidade Alta, na zona Oeste de Natal é um local histórico, que favorece à prática de atividades socioculturais, as quais podem ser direcionadas para residentes e turistas que adentram a região. Observou-se a existência de vida própria neste espaço, por ser um local com inúmeros estabelecimentos, com grafites em toda sua extensão, podendo ser apreciados durante o dia, em uma visita contemplativa, ou degustando uma boa comida nos botecos.

Contemplando o objetivo de identificação e caracterização dos eventos culturais realizados em tal espaço, e a primeira categoria de análise, verificou-se que, à noite, de quinta a sábado, acontecem no Beco os eventos culturais semanais com muita música ao vivo. Dois bares realizam eventos rotineiros nas quintas, um desde 2008, que se tornou Patrimônio Imaterial de Natal em 2020, a Quinta Que Te Quero Samba, recebeu este nome em 2017, quando se tornou projeto cultural de Natal. E o outro, iniciou-se em 2018, mas no outro extremo da rua, ambos convivendo de forma harmônica. Somados a esses, existem eventos anuais como o CarnaBeco, o Festival Gastronômico Pratomundo e o Festival Literário FliBeco.

Em relação à segunda categoria de análise, a percepção dos agentes envolvidos no que tange às problemáticas locais para a realização dos eventos, os entrevistados abordaram, como principais problemáticas locais, a falta de promoção do Beco da Lama como atração cultural e a escassez de segurança pública. Mesmo após a revitalização e o fato de o Beco da Lama fazer parte do planejamento que contempla ações permanentes para promover a economia criativa, o turismo, a cultura e o lazer por parte da Prefeitura de Natal e Secretaria de Turismo Municipal, a falta de segurança ainda é um grande

empecilho para o desenvolvimento dos eventos, bem como não fazer parte, de forma efetiva, das políticas públicas de *marketing* do município e do estado, para que o Beco da Lama entre na rota turística como uma opção de lazer e cultura local.

No que diz respeito a terceira categoria de análise, quanto ao fomento do turismo cultural de Nata/RN, os eventos que acontecem no Beco da Lama, bem como toda sua estrutura, têm potencialidade para fomentar a promoção deste tipo de turismo, incrementando e diversificando a oferta turística existente para além do modelo convencional de sol e praia.

Por fim, apresentam-se as limitações e sugestões para futuras pesquisas. Como limitações indica-se a ausência dos moradores do Beco da Lama e adjacências nos sujeitos da pesquisa, fato que pode ser justificado por não ter conseguido tal acesso em tempo hábil para a conclusão desta pesquisa. Portanto, sugere-se, para futuras pesquisas, investigar o ponto de vista do morador, a fim de entender, por exemplo, se realmente apoiam os eventos, o turismo no seu local de residência e quais os pontos positivos e negativos desses eventos.

AGRADECIMENTOS

Ao Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR/UFRN), por sempre incentivar seus discentes à produção científica, e ao Encontro Internacional de Turismo da UFRN (EITUR 2023) pela oportunidade de apresentação deste estudo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, R. Estudo de caso: foco temático e diversidade metodológica. In: ALINSO, A.; MIRANDA, D. S. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais - Bloco Qualitativo**. São Paulo: Sesc São Paulo/CEBRAP, 2016. p. 60-72.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS PROMOTORAS DE EVENTOS - ABRAPE. **Números do setor**, 2023. Disponível em: <https://abrape.com.br/numeros-do-setor/>. Acesso em: 7 jul. 2023.

AVELINO, H. Pratodomundo. Festival Gastronômico do Beco da Lama inicia neste sábado. **Acervo urbano**, 2022. Disponível em: <https://www.acervourbano.com/post/pratodomundo-festival-gastronomico-do-beco-da-lama-inicia-neste-sabado-19>. Acesso em: 10 jul. 2023.

BATISTA, C. M. Memória e identidade: aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural. **Caderno virtual de Turismo**, v. 5, n. 3, p. 27-33, 2005. Disponível em: www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/93/88. Acesso em: 8 jul. 2023.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70 Brasil, 2011.

BENI, M.C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

BRITTO, J.; FONTES, N. **Estratégias para eventos**: uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2013.

CARDOSO, M. L. **A importância da organização de eventos no turismo**. 2013. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, Portugal, 2013. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/72705/2/000224854.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2023.

CASTILHO, R. Beco do Batman: conheça uma das atrações mais descoladas de São Paulo! **Melhores Destinos**, 2023. Disponível em: <https://www.melhoresdestinos.com.br/beco-do-batman-sao-paulo.html>. Acesso em: 7 jul. 2023.

CAVALCANTI NETO, M. de O. Beco da Lama. **Blogspot Natal de ontem**, 2009. Disponível em: <http://nataldeontem.blogspot.com/2009/12/beco-da-lama.html>. Acesso em: 7 jul. 2023.

FLICK, U. **Introdução à metodologia de pesquisa**: um guia para iniciantes. Porto Alegre: Penso, 2013.

GAYER, P. Políticas públicas em turismo de eventos: instrumentos normativos de apoio ao desenvolvimento do setor. **Cenário**, v. 5, n. 9, p. 11 – 22, 2017. DOI: doi.org/10.26512/revistacenario.v5i9.19425. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/19425>. Acesso em: 4 jul. 2023.

GETZ, D.; PAGE, S. J. Progress and prospects for event tourism research. **Tourism Management**, v. 52, p. 593-631, 2016.

GONÇALVES, E. M. **Eventos culturais**. 2014. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, Portugal. 2014. Disponível em: https://repositorio.utad.pt/bitstream/10348/7114/1/msc_emgoncalves.pdf. Acesso em: 4 jul. 2023.

MACHADO, D. C. (2005). **Turismo de eventos culturais**: análise dos impactos econômicos do evento “A República em Laguna”. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Centro Sócio Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC. 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/130003>. Acesso em: 4 jul. 2023.

MARUJO, N. O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região. **DELOS - Revista de Desarrollo Local Sostenible**, v. 8, n. 23, p. 1 – 12, 2015. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/delos/23/turismo.html>. Acesso em: 4 jul. 2023.

MATIAS, M. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2013.

MORENA, I. Beco da Lama: os limites da revitalização no espaço cultural de Natal (RN). **Brasil de Fato**. 2019. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2019/09/30/beco-da-lama-os-limites-da-revitalizacao-no-espaco-cultural-de-natal-rn/>. Acesso em: 7 jul. 2023.

NATAL, PREFEITURA MUNICIPAL DO. **Revitalização do Centro Histórico de Natal atrai turistas**. 2019. Disponível em: <https://natal.rn.gov.br/news/post/31473>. Acesso em: 8 jul. 2023.

NATAL, PREFEITURA MUNICIPAL DO. **Lei n 7.021, 16 de março 2020**. 2020. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a1/rn/n/natal/lei-ordinaria/2020/703/7021/lei-ordinaria-n-7021-2020-declara-patrimonio-cultural-imaterial-do-municipio-de-natal-a-quinta-que-te-quero-samba>. Acesso em: 8 jul. 2023.

NATAL, PREFEITURA MUNICIPAL DO. **Mensagem Anual do prefeito Álvaro Dias para abertura 19ª Legislatura da Câmara Municipal de Natal**. 2021a. Disponível em: <https://natal.rn.gov.br/news/post/33973>. Acesso em: 8 jul. 2023.

NATAL, PREFEITURA MUNICIPAL DO. **Beco da Lama é entregue após requalificação**. 2021b. Disponível em: <https://www.natal.rn.gov.br/news/post2/36031>. Acesso em: 8 jul. 2023.

OLIVEIRA, C. Comissão aprova reconhecimento do Beco da Lama como Patrimônio Cultural. **Notícias - Câmara Municipal de Natal**. 2021. Disponível em: <https://www.cmnat.rn.gov.br/noticias/2064/comisso-aprova-reconhecimento-do-beco-da-lama-como-patrimnio-cultural>. Acesso em: 9 jul. 2023

PAIVA, R. A. Eventos: uma perspectiva histórica. In: Paiva, R. A. (org.). **Megaeventos e intervenções urbanas**. Barueri, SP: Manole, 2017.

PÉREZ, X. P. **Turismo cultural: uma visão antropológica**. Tenerife, Espanha: ACA y PASOS, RTPC, 2009.

REGIS, A. Frequentadores do Beco da Lama reclamam de aumento da violência. **Tribuna do Norte**. 2023. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/frequentadores-do-beco-da-lama-reclamam-de-aumento-da-violencia/557396>. Acesso em: 9 jul. 2023.

RÊGO, G. C. DE B.; BARROS, A. G. A. L. DE; LANZARINI, R. Turismo de eventos e COVID-19: aportes dos protocolos de segurança e estratégias para retomada do setor. **Ateliê do Turismo**, v. 5, n. 1, p. 89-118, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/adturismo/article/view/12183>. Acesso em: 3 jul. 2023.

RODRIGUES, L. O. **Eventos como estratégia de relacionamento** – um estudo a partir da Eny Calçados de Santa Maria/RS. Trabalho de Conclusão do Curso (Graduação em Relações Públicas) - Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja/RS. 2016. Disponível em:

<https://repositorio.unipampa.edu.br/bitstream/riu/2334/1/Lucas%20Olmes%20Rodrigue%20s.pdf>. Acesso em: 4 jul. 2023.

SEM ETIQUETA. Conheça o Beco da Lama em Natal/RN. **Blog Sem Assunto**. 2022. Disponível em: <https://www.semassunto.com.br/post/conheca-o-beco-da-lama-em-natal-rn>. Acesso em: 6 jul. 2023.

SILVA, A. M. da. **Marketing de Eventos**. Monografia (Graduação do Curso de Comunicação Social) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Aplicadas - FATECS. Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, 2009. Brasília (2009). Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1943/2/20528890.pdf>. Acesso em: 3 jul. 2023.

SOUZA, D. T. M. de. **Morte e Vida de um Pequeno Centro Histórico**: o processo de “revitalização” do bairro da Cidade Alta, Natal/RN. Dissertação (Mestrado no Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo) - Centro de Tecnologia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal/RN. 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/49707>. Acesso em: 8 jul. 2023.

TÍPICO LOCAL. **Carnabeco terá desfile pelo Beco da Lama no próximo sábado** (11). 2021. Disponível em: <https://tipicolocal.com.br/noticia/carnabeco-marca-reabertura-do-beco-da-lama-proximo-sabado-11>. Acesso em: 8 jul. 2023.

TÍPICO LOCAL. **Feira Literária do Beco da Lama confirma edição para 10 de setembro**. 2022. Disponível em: <https://tipicolocal.com.br/noticia/feira-literaria-do-beco-da-lama-confirma-edicao-para-10-de-setembro>. Acesso em: 8 jul. 2023.

TOMAZZONI, E. L. Dimensão cultural do turismo: uma proposta de análise. **Fênix - Revista de História e Estudos Culturais**, v. 5, n. 3, p. 1-15, 2008. Disponível em: <https://revistafenix.emnuvens.com.br/revistafenix/article/view/61>. Acesso em: 8 jul. 2023.

TRIBUNA DO NORTE. (2021). **Beco da Lama recebe festival gastronômico**. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/beco-da-lama-recebe-festival-gastrona-mico/526216>. Acesso em: 6 jul. 2023.

VEIGA, R. L. L. da. Organização de um Evento Cultural. In: Anais do IV - Fórum de Pesquisa Científica e Tecnológica de Ponte Nova. **Anais...Ponte Nova** (MG) Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ponte Nova, 2017. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/IVForum/72959-ORGANIZACAO-DE-UM-EVENTO-CULTURAL>. Acesso em: 1 jul. 2023.

VITAL, B. Beco da Lama sofre com insegurança; furtos são comuns. **Tribuna do Norte**. 2022. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/beco-da-lama-sofre-com-insegurana-a-furtos-sa-o-comuns/537022>. Acesso em: 7 jul. 2023.

Potential of the cultural events of Beco da Lama for the promotion of cultural tourism in the city of Natal/ RN

Abstract

*The present work aims to analyze the potential of cultural and leisure events of Beco da Lama for the promotion of cultural tourism in Natal/ RN. Beco da Lama is, historically, a place of bohemia and fraternization of residents and visitors and, since its revitalization, has been reaffirmed as a leisure space for Natalenses and an option for tourists. Therefore, the research consists of a case study of exploratory and descriptive character, with a qualitative approach. For data collection, we used on-site observation, access to online domains and a semi-structured script for four interviews, two representatives of local commerce, one of the Beco da Lama Society and one of the Municipal Tourism Secretariat of Natal/ RN. To analyze the data, we used content analysis. Among the results achieved, it was diagnosed that Beco da Lama is a place that is part of the history and culture of Natal, from its establishments and weekly cultural events such as *Quinta Que Te Quero Samba* and *Discotheque*, and annual, the *Gastronomic Festival*, *Pratodomundo*, the off-season carnival, *CarnaBeco*, and the *Literary Festival*, *FliBeco*, in addition to graffiti on its walls and walls, which make it an open-air gallery, undergoing a revitalization from 2019 to 2021. However, it is a space with tourist potential to be developed, since, in addition to the good structure to accommodate the population and tourists, the events held portray, in a peculiar way, the aspects of the culture of Natal bohemia. It is concluded that for the events identified, during the immersion in the Beco, can promote tourism of historical and cultural interest if it is necessary more investments in public security, cultural manifestations and marketing strategies aimed at tourists and residents.*

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