



CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO TCC II

PROJETOS TURÍSTICOS: A utilização do sistema Pró-Cultura RS por produtores culturais de São Borja (RS)

Leonice Vercelheze Friedrich ¹

Fernanda de Magalhães Trindade ²

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo analisar o sistema Pró-cultura RS – Lei de Incentivo à Cultura (LIC) e Fundo de Apoio à Cultura (FAC) –, na cidade de São Borja (RS), desde o cadastro até agosto de 2020, com a intenção de verificar os produtores culturais cadastrados, a quantidade de projetos enviados, além das principais áreas utilizadas para captação desses recursos. Para tanto, como procedimentos metodológicos, realizou-se uma pesquisa documental *online* no *site* do sistema Pró-cultura RS, envolvendo o município de São Borja. Além disso, uma pesquisa bibliográfica, em busca de conceitos sobre políticas públicas, planos, programas e projetos, foi considerada necessária para melhor entender como funciona o planejamento do turismo e o papel dos projetos no seu desenvolvimento. Projetos culturais enviados para a LIC e para o FAC foram analisados e uma triagem quantitativa foi realizada. Os resultados permitiram concluir que, apesar de São Borja ter produtores registrados no estado, a maioria não envia projetos para a LIC ou para o FAC. Concluiu-se, ainda, que poucos dos projetos inscritos são aprovados. O artigo também permitiu verificar a situação da Prefeitura Municipal com relação à criação e aprovação de projetos culturais para a cidade, analisando, em especial, os projetos enviados pela Secretaria Municipal de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer. A submissão de projetos ao sistema Pró-Cultura é importante, pois permite alavancar a cultura no estado e no município. Sendo assim, justifica-se a importância deste artigo, como forma de impulsionar novos projetos, bem como incentivar futuras pesquisas acerca do assunto.

Expressões-chave: Políticas públicas; Pró cultura; Produtores culturais; Projetos; Turismo.

ABSTRACT: The present work aims to analyze the Pro-culture RS system – Incentive to Culture Law (LIC) and the Culture Support Fund (FAC) - in the city of São Borja (RS)

¹ Acadêmica do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo – INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA, São Borja/RS, Brasil. E-mail: leonicevfriedrich@gmail.com

² Professora Doutora do eixo tecnológico de Turismo, Hospitalidade e Lazer; Coordenadora do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo – INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA, São Borja/RS, Brasil. E-mail: fernanda.trindade@iffarroupilha.edu.com

from the date of the city's registration in the system to August 2020, in order to check the list of registered cultural producers, the number of projects sent, in addition to the main areas used to raise these funds. As methodological procedures, an online documentary research was carried out on the website Pró-cultura RS, involving the city of São Borja. In addition, a bibliographic research regarding concepts about public policies, plans, programs and projects, was considered necessary to better understand how tourism planning works and the role of projects in its development. Cultural projects sent to LIC and FAC were analyzed and a screening was carried out. The results allowed to conclude that, although São Borja has producers registered in the state, most of them do not send projects to LIC or FAC. It was also concluded that few of the registered projects are approved. It was also possible to verify the situation of the Municipal Government in the area of creation and approval of cultural projects for the city, analyzing since that year it started sending projects to both LIC and FAC. The submission of projects to the Pro-Culture system is important, as it allows leveraging culture in the State of Rio Grande do Sul. Therefore, the importance of this article is justified, as a way of promoting new projects, as well as encouraging future research on the subject.

Key words: Public policy; Pro-culture; Cultural producers; Projects; Tourism.

1 INTRODUÇÃO

O turismo, de forma geral, é um importante fenômeno social capaz de proporcionar vários benefícios às localidades onde ele se desenvolve, tais como geração de emprego, ocupação e renda, redução da desigualdade social, dentre outros, que trazem para a população local e para o destino melhorias socioeconômicas.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo, pode-se definir tal atividade como “[...] aquela desenvolvida por pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano para fins de ócio, negócios ou outros” (BOITEUX; WERNER, 2009, p. 04).

Mas para que a atividade turística não acabe se tornando um problema – devido ao crescimento desordenado –, a aplicação de políticas públicas, a criação de um plano e de programas bem estruturados, assim como a apresentação de projetos voltados à prática do turismo são importantes, para garantir o êxito do desenvolvimento da destinação turística.

Um segmento turístico importante, que faz com que a atividade seja apreciada de forma peculiar, é o turismo cultural, que leva em conta a antropologia do homem, seu conhecimento, suas produções, seus comportamentos, dentre toda sua evolução,

buscando compreender as manifestações, a vida social e o que define diferentes sistemas socioculturais do mundo.

Para Peciar e Isaia (2005, p. 83), o turismo cultural é aquele que “[...] tem por característica o intercâmbio cultural, o inter-relacionamento entre pessoas de localidades distintas com seus usos e costumes peculiares e o desejo de conhecer o ambiente em que viviam e vivem determinados grupos humanos”.

Com isso, pode-se destacar que as pessoas buscam conhecer e aprender novas culturas, o que motiva a prática do turismo. Em vista disso, dentre as políticas voltadas ao turismo, neste trabalho optou-se por estudar o Pró-cultura RS - LIC (Lei de Incentivo à Cultura) e FAC (Fundo de Apoio à Cultura), “[...] um mecanismo de fomento indireto que oferece benefício fiscal para as empresas que patrocinem os projetos culturais aprovados” (RIO GRANDE DO SUL, 2018).

O problema de pesquisa centra-se em responder algumas questões, tais como: há produtores culturais na cidade de São Borja? Há projetos submetidos aos editais do sistema Pró-cultura RS LIC e FAC? Quais as principais áreas de interesse? Há projetos aprovados e em desenvolvimento?

Para responder às questões de pesquisa, o objetivo deste estudo é analisar o sistema Pró cultura RS – LIC e FAC –, na cidade de São Borja, com a intenção de verificar a quantidade de produtores culturais cadastrados, estudar a quantidade de projetos, além das principais áreas utilizadas para captação desses recursos. Para isso, utilizou-se de pesquisa bibliográfica e documental, física e *online*, quantitativa exploratória, acerca do assunto, que serviram de alicerce para o desenvolvimento deste artigo.

O estudo se estrutura em 4 seções. Além desta Introdução, para entender quais os passos para o processo de elaboração de projetos, na segunda seção, alguns conceitos sobre política, plano, programa são apresentados. Na terceira, explana-se sobre projetos, mais especificamente sobre projetos culturais, dando ênfase ao Pró-cultura RS LIC e FAC, voltados ao desenvolvimento do turismo cultural em São Borja, além de entender o que são e para que servem esses incentivos fiscais. Na quarta seção, os resultados são mostrados, identificando os produtores culturais na cidade, a quantidade de projetos submetidos e aprovados, bem como as principais áreas de interesse. Uma última seção é destinada às considerações finais e sugestões para artigos futuros.

2 OS P'S DO TURISMO: POLÍTICAS PÚBLICAS, PLANOS E PROGRAMAS

No Brasil, vê-se os esforços no sentido de implantar um conjunto de políticas públicas, planos, programas e projetos, objetivando o fomento da atividade turística, tanto por parte do governo federal, quanto nas esferas estaduais e municipais, argumentando que o turismo pode ajudar no desenvolvimento econômico em diversas regiões brasileiras.

Para melhor entender a atuação das políticas públicas no turismo, seus benefícios e sua importância, faz-se necessário, inicialmente, conceituá-las. Define-se política de turismo como

[...] Um conjunto de regulamentações, regras, diretrizes, diretivas, objetivos e estratégias de desenvolvimento e promoção que fornece uma estrutura na qual são tomadas as decisões coletivas e individuais que afetam diretamente o desenvolvimento turístico e as atividades diárias dentro de uma destinação (GOELDNER; RITCHIE; MCINTOSH, 2002, p.294 *apud* HENZ; LEITE; ANJOS, 2010, p.05).

Assim, seu papel é garantir que uma destinação tenha a ideia clara de qual direção está seguindo e do que busca alcançar a longo prazo. Para Beni (1998, p. 103), políticas de turismo são “o conjunto de fatores condicionantes e de diretrizes básicas que expressam os caminhos para atingir os objetivos globais para o Turismo do país”, ou seja, trata-se de um investimento para alcançar o bem coletivo, em que o desenvolvimento do turismo deve, principalmente, ser prioridade para o crescimento e fortalecimento das destinações, bem como do país.

Quando a política de turismo é bem elaborada, ela consegue definir as ações a serem desenvolvidas para a expansão ordenada da atividade turística, ela determina as prioridades de atuação de cada Estado, possibilitando o planejamento das empresas do setor turístico para o recebimento de apoio do governo. Beni (1998, p. 103) afirma que essa política “[...] deverá nortear-se por três grandes condicionamentos – o cultural, o social e o econômico – por mais simples ou ambiciosos que sejam os programas, os projetos e as atividades a desenvolver”. Assim, as políticas públicas, de forma geral, surgem para controlar e resolver os problemas e demandas, a fim de, organizadamente, nortear as ações desenvolvidas.

Para que as políticas públicas sejam efetivas, utilizam-se “metodologias que identificam as prioridades, racionalizando a aplicação de investimentos e utilizando o planejamento como forma de se atingir os objetivos e metas pré-definidos” (DIAS;

MATOS; 2012, p. 14). Dessa forma, uma visão mais aprofundada sobre a atividade turística é o principal ponto para o desenvolvimento de políticas públicas nessa área.

A implementação de políticas públicas no turismo é essencial para o fomento deste segmento, que a cada ano vem apresentando resultados impressionantes no mercado atual. De acordo com o Ministério do Turismo, “[...] em outubro 2019, o setor faturou R\$ 20,3 bilhões, alcançando a segunda alta consecutiva no semestre. O resultado é 8,4% superior ao registrado em setembro e 8,1% maior do que o aferido outubro de 2018” (BRASIL, 2019a).

Apesar de estar em notável crescimento, em 2020 o turismo sofre com a Covid-19³, que chegou com força implicando em medidas de distanciamento e isolamento social, e o turismo é uma das principais atividades econômicas afetadas. De acordo com Dias (2020), “[...] as atividades de turismo no Brasil devem sofrer uma forte queda neste ano em virtude da crise econômica provocada pelo coronavírus, esta redução é de 38,9% no faturamento em relação ao ano passado”. Em virtude disso, as políticas públicas serão o impulso necessário para a reorganização da atividade pós-pandemia.

A política de turismo ressalta a atuação dos poderes públicos e privados, por meio da concessão de incentivos fiscais e financeiros a empreendimentos, obras e serviços considerados de interesse turístico. Para a implantação das políticas públicas, é necessário um planejamento, em que se estabeleçam objetivos, linhas de ação e planos detalhados para serem atingidos, além de determinar os recursos necessários para sua execução.

O planejamento do turismo possibilita a redução de impactos negativos da atividade turística. Para Valeriano (1998), o planejamento é o processo que permite ao estabelecimento, com antecedência, prever decisões e ações a serem executadas em um dado futuro, para atingir um objetivo definido, ou seja, é reconhecer suas limitações e potencialidades, além de mostrar da melhor forma como e quando executar ações, para evitar possíveis erros a serem cometidos.

Beni (1998, p. 113) fala de planejamento como um “processo contínuo, permanente e dinâmico, que por meio da formulação e execução de planos de desenvolvimento, promove e realiza o incremento da atividade para atingir os

³ A Covid-19 é uma doença causada pelo corona vírus, denominado SARS-CoV-2, que apresenta um espectro clínico variando de infecções assintomáticas a quadros graves (BRASIL, 2020a).

objetivos”. Sendo assim, é importante definir um plano geral de turismo, bem como verificar quais as necessidades e demandas que o destino necessita. Por meio dessa visão geral da atividade turística, consegue-se identificar as forças e fraquezas, oportunidades e ameaças de mercado e elencar os recursos necessários, para que então sejam definidos os objetivos para alavancar a atividade turística em uma determinada localidade.

No Brasil, existe o Plano Nacional do Turismo, que é um documento oficial, elaborado pelo Ministério do Turismo em conjunto com segmentos turísticos do país. Tal plano é considerado parte importante da política pública de turismo no Brasil, e será mais bem detalhado na seção seguinte.

2.1 PLANO NACIONAL DE TURISMO

O Plano Nacional de Turismo (PNT) estipula “diretrizes e estratégias para a implementação da Política Nacional de Turismo”, e tem como objetivo principal “organizar as ações do setor público, orientando o esforço do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo” (BRASIL, 2018c).

O plano atual de turismo foi lançado durante a 51ª reunião do Conselho Nacional de Turismo (CNT)⁴, ele estabelece diretrizes e estratégias para a implementação da Política Nacional de Turismo (PNT) até 2022, e está intitulado como Plano Nacional do Turismo 2018-2022: Mais emprego e renda para o Brasil. O documento traz, entre outras metas, a criação de dois milhões de empregos novos, o aumento do número de turistas nacionais e internacionais, além da ampliação da receita gerada pelo setor. Além disso, o Plano Nacional de Turismo estipula para o desenvolvimento do turismo nacional as seguintes diretrizes: fortalecimento da regionalização; melhoria da qualidade e competitividade; incentivo à inovação; e promoção da sustentabilidade (BRASIL, 2017e, p. 49).

O plano estabelece ações, busca resultados e serve de orientador de coordenação e de controle para a realização da atividade turística no país. Valeriano

⁴ O Conselho Nacional de Turismo (CNT) é um órgão colegiado com a atribuição de assessorar o Ministro de Estado do Turismo na formulação e na aplicação da Política Nacional de Turismo e dos planos, programas, projetos e atividades dela derivados. O CNT é composto por representantes do Governo Federal e por entidades dos diversos segmentos relacionados à atividade turística (BRASIL, 2020b).

(1998, p. 16) complementa que “as tarefas executivas que constituem seus planos são classificadas como projetos ou atividades”. Assim, para melhor administrar um plano, pode-se dividi-lo em diferentes programas a serem desenvolvidos, permitindo então a criação de projetos e atividades voltadas para alcançar os objetivos estipulados dentro do plano. Esses programas poderão estar tanto relacionados entre si, como ser de interesse setorial e/ou regional. O mesmo autor define programa como

[...] Um conjunto de projetos e atividades inter-relacionadas, constituindo um empreendimento de razoável vulto, geralmente compreendendo a concepção, o desenvolvimento e a produção de um sistema formado por um produto e seus serviços associados, não necessariamente integrante de um plano. O programa (geralmente com o nome do sistema produto/serviço que administra) dispõe de uma gerência, incumbida do planejamento, da supervisão e do acompanhamento de todas as ações (todos os projetos e atividades que o compõe) durante todo o ciclo de vida deste sistema, desde a concepção até o encerramento de seu uso como um bem ou serviço (VALERIANO 1998, p. 17).

Com isso, nota-se que para o desenvolvimento do turismo e para que este seja sustentável, necessita-se de organização e desenvolvimento de programas e ações voltadas para a utilização, reparo ou criação de destinos turísticos. Deve-se pensar de forma que as necessidades sejam atendidas.

Entre os programas do Ministério do Turismo (Mtur), está o Programa de Qualificação no Turismo, que busca “a geração de empregos, a contribuição para a redução das desigualdades sociais e econômicas regionais, a promoção da inclusão social pelo crescimento da oferta de trabalho e a melhor distribuição de renda no País” (BRASIL, 2020c).

O Programa de Qualificação no Turismo é, então, uma forma do Mtur melhorar a hospitalidade no país. É através dele que todos os envolvidos no turismo conseguem a qualificação e o aprendizado sobre o processo de recepção dos turistas. Existem ainda outros cinco programas de qualificação, desenvolvidos para todo aquele profissional que busca por competência para trabalhar com o turismo, sendo eles: Brasil Braços Abertos – curso de atendimento ao turista; Curso Gestor de Turismo – destinado à qualificação profissional de gestores públicos e privados de turismo; Política Nacional⁵ de Qualificação no Turismo – Documento orientador para o setor de turismo; Mediotec – modalidade do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico

⁵ Embora apareça nomeada de Política Nacional de Qualificação no Turismo, tal informação foi encontrada em pesquisa realizada no site do Mtur, na aba de Programas apresentados pelo governo.

e Emprego – Pronatec; Pronatec Turismo – qualificação profissional, atende a quem já trabalha com turismo (BRASIL, 2020c).

Além desses, o Mtur ainda dispõe de vídeos de qualificação que podem auxiliar os profissionais da área, como também instruir os não profissionais, ofertando maior conhecimento sobre o assunto. Até agosto de 2020, 2.920 pessoas já haviam se qualificado através desses programas (BRASIL, 2020d).

Pode-se ainda encontrar dentro do site do Mtur ações e programas que visam a melhoria do setor turístico, tanto na esfera nacional quanto regional e local, sendo eles: Qualificação Nacional no Turismo; Programa de Regionalização do Turismo; Prodetur – Prodetur + Turismo; Cadastur; Fungetur – Fundo Geral de Turismo; Programa de Atração de Investimento – Pai; Programa Ads China (BRASIL, 2020e).

De maneira geral, os programas, como os mencionados acima, são de grande importância para o turismo nacional e internacional, com eles, além da qualificação do setor, tem-se o desenvolvimento de regiões, além do cadastro de todos os servidores do turismo em âmbito nacional. É por meio de programas como esses, bem estruturados, que o Brasil está subindo no ranking de procura para a prática do turismo no mundo. De acordo com Oliveira (2017), o país, quando comparado com os demais países da América do Sul, “além de manter a liderança em recursos naturais, o Brasil manteve 8º lugar na dimensão cultural e melhorou em itens como infraestrutura para atendimento ao turista, preços e portos”.

Levando em conta ainda o desenvolvimento do turismo interno, como mostra os dados das Estatísticas Básicas de Turismo, o movimento de passageiros em voos nacionais nos aeroportos do Brasil obteve um crescimento notável nos anos de 2017 e 2018. Em 2017 o total de desembarques de passageiros era de 4.187.505 entre os meses de janeiro e dezembro, já em 2018 foram 4.328.074 no mesmo intervalo de meses, com o aumento de 140.569 pessoas (BRASIL, 2018, p. 300). Já em 2019, o total de desembarques foram de 4.288.528, mostrando uma queda de 39.546 pessoas desembarcando nos estados brasileiros (BRASIL, 2019, p. 236).

Contudo, ainda existem ações comandadas pelo Mtur que auxiliam a organização do setor turístico brasileiro. São elas:

Sistema de Info. de Destinos Turísticos – Sidtur; Rede de Inteligência de Mercado no Turismo; Apoio a Eventos Geradores de Fluxo Turístico; Sustentabilidade e Turismo Responsável; Campanhas Promocionais; Agenda de Eventos; Dados e Fatos; Apoio a Eventos Geradores de Fluxo Turístico antigo Siconv; Hospitalidade e Turismo; Carta de Serviços (BRASIL, 2020e).

As ações desenvolvidas pelo Mtur visam informar sobre dados, fatos, resultados obtidos, serviços prestados e todas as demais informações relacionadas ao turismo. Com isso, consegue-se identificar os pontos positivos e negativos no montante do relacionado ao turismo brasileiro.

Assim como o Plano Nacional de Turismo, cada estado possui seu próprio planejamento, com programas e projetos específicos para o desenvolvimento do turismo. Analisa-se, a seguir, o Plano Estadual de Turismo do estado do Rio Grande do Sul, para então analisar os projetos culturais cadastrados no Pró-Cultura RS.

2.2 PLANO ESTADUAL DE TURISMO

Dentro da esfera estadual, destaca-se o Plano Estadual de Turismo, sendo este apresentado em audiência pública no ano de 2017, como Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS). O objetivo geral do Plano visa viabilizar a implementação do Corredor Turístico Porto Alegre – Serra Gaúcha. Percebe-se que o enfoque deste plano, mesmo sendo um plano estadual, é para o desenvolvimento região serrana do estado, ficando a região da fronteira oeste, onde está São Borja, esquecida. O plano trabalha como “um guia para futuros investimentos na área turística no Estado, abordando as necessidades de atuação de todos os agentes envolvidos na promoção dos destinos: poder público, parcerias e setor privado” (RIO GRANDE DO SUL, 2017).

O plano estadual de turismo está direcionado ao desenvolvimento do turismo integrado e sustentável, trata de ressaltar a identidade cultural e priorizar a preservação ambiental e a participação comunitária, chegando ao resultado, a geração de emprego e renda estadual.

No Rio Grande do Sul, quem atua diretamente com a criação de ações para o desenvolvimento do turismo é a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo – SEDETUR. Esta atua na promoção do desenvolvimento econômico, turismo e apoio às micro e pequenas empresas do estado, e seus principais objetivos são

“desenvolvimento sustentável, através da inovação, incrementando os setores econômicos tradicionais, atraindo novos investimentos, adensando cadeias produtivas e superando desigualdades regionais” (RIO GRANDE DO SUL, 2019).

A SEDETUR trabalha com uma política direcionada à promoção do desenvolvimento do estado, embasada em fomentar a economia, além da ampliação dos fluxos turísticos e a permanência dos turistas no Rio Grande do Sul. Ainda na esfera estadual são instituídos programas e ações com o intuito de fomentar a economia e o turismo. No ambiente de negócios e na questão atração de investimentos, a SEDETUR trabalha com o programa de atração de investimentos, o Invest/RS, o qual apoia investidores que procuram investir em futuros negócios no Brasil e na América do Sul; e com o Fundopem/RS, que é um “instrumento de parceria, do Governo do Estado com a iniciativa privada, visando à promoção do desenvolvimento socioeconômico, integrado e sustentável do Rio Grande do Sul” (RIO GRANDE DO SUL, 2020a). Este fundo apoia empreendimentos por meio do financiamento parcial do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) incremental mensal devido, gerado a partir da sua operação.

Além destes, há o Integrar/RS – Programa de Harmonização do Desenvolvimento Industrial do Rio Grande do Sul, que se trata de um “incentivo adicional ao Fundopem/RS, como abatimento na forma de percentual, incidente sobre cada parcela a ser amortizada do financiamento, incluindo o valor principal e os respectivos encargos” (RIO GRANDE DO SUL, 2020b). A SEDETUR ainda age na estruturação dos distritos industriais do Estado e apoio às áreas industriais municipais com o Proedi/RS, que é um instrumento que vem para alavancar o desenvolvimento industrial possibilitando a implantação ou realocação de indústrias dentro do Rio Grande do Sul.

No setor de negócios internacionais, estão em andamento o Programa Exporta-RS, que visa expandir e estabelecer que empresas gaúchas atuem no mercado internacional, principalmente micro, pequenos e médios empreendimentos, e o Programa de Apoio à Participação de Empresas Gaúchas em Feiras Internacionais. Para os pequenos e médios negócios, criou-se o Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Fopemepe/RS), ambiente criado para debates e união de esforços, entre o governo e o setor privado, para a criação de propostas e ações de políticas públicas. Também com grande importância, visando o

aperfeiçoamento do ambiente de negócios, está a Junta Digital da JudisRS, que permite que empresas sejam abertas, alteradas ou fechadas via internet.

Para o pequeno empreendedor, pessoa física ou jurídica, a SEDETUR disponibiliza o Programa Redes de Cooperação, estimulando grupos de empresas a unirem-se em uma única entidade de mesma área, impulsionando a cooperação e incitando o empreendedorismo (RIO GRANDE DO SUL, 2020c).

Analisando os programas criados pela SEDETUR, para o Rio Grande do Sul, observa-se a ênfase em propostas voltadas para o empresariado, e poucas apostas em ações específicas para o desenvolvimento do turismo no estado. Talvez, o fato da Secretaria de Turismo ter sido anexada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, não tenha sido tão positiva para alavancar o Turismo sul rio-grandense.

Uma das propostas direcionadas para fomentar o turismo gaúcho, foi criada pelo governo do RS, em 2008, através da Lei nº12.959, que instituiu o Fundo de Desenvolvimento do Turismo do Estado do Rio Grande do Sul, Fundetur. Em seu artigo primeiro mostra que este fundo é de natureza financeira e tem como objetivo “estimular o financiamento de projetos na área do turismo, voltado ao desenvolvimento do setor turístico” (RIO GRANDE DO SUL, 2008g, p.1).

O governo do Rio Grande do Sul busca, através desses programas, por meio de ações distribuídas nas diversas áreas da economia e do turismo, o desenvolvimento geral em todas as regiões do estado, cabendo, também, a cada município buscar meios de trabalhar com seus destinos turísticos.

3 PROJETOS E INCENTIVOS FISCAIS DO GOVERNO: PRÓ CULTURA RS – LEI DE INCENTIVO À CULTURA E FUNDO DE APOIO A CULTURA

Os projetos turísticos são documentos elaborados a partir de políticas, planos e programas, para o desenvolvimento de ações que tragam benefícios para o destino. Valeriano (1998, p.19) entende projeto como “[...] um conjunto de ações, executadas de forma coordenada por uma organização transitória, ao qual são alocados os insumos necessários para, em um dado prazo, alcançar um objetivo determinado”. Vê-se, então, que um projeto deve conter um objetivo definido e pode dar origem, concorrer ou melhorar uma atividade já existente. Pode-se dizer, ainda, que projetos dão origem a produtos e/ou serviços, ou seja, podem criar ou melhorar destinos.

Para Vargas (2009, p.06), “projeto é um empreendimento não repetitivo, tem uma sequência clara e lógica com início, meio e fim, com foco em atingir um objetivo definido”. O autor expõe ainda que os projetos podem ser aplicados em todas as áreas do conhecimento, como na atividade turística e cultural.

Dentro da área cultural, alguns dos recursos para o desenvolvimento de projetos são os incentivos fiscais do governo, que podem, de maneira significativa, auxiliar no desenvolvimento de projetos, principalmente voltados a área cultural das destinações.

Os incentivos fiscais são benefícios relacionados à carga tributária, conferidos pela administração pública a certas empresas, com o objetivo de incentivar um setor específico ou atividade econômica determinada. Consistem em reduzir o valor dos impostos das empresas desde que estas invistam em projetos que fomentem o desenvolvimento econômico e social como um todo, por meio do estímulo à atividade cultural. Os projetos culturais via incentivos fiscais, podem ser apoiados por pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda ou por pessoas jurídicas, por meio de doações ou patrocínios.

Um destes incentivos, criado pelo governo do estado em 2010, pela lei nº 13.490, é o Sistema Estadual Unificado de Apoio e Fomento às Atividades Culturais – Pró-cultura, “com a finalidade de promover a aplicação de recursos financeiros decorrentes de incentivos a contribuintes e do Fundo de Apoio à Cultura, em projetos culturais, na forma estabelecida por esta Lei” (RIO GRANDE DO SUL, 2010. p. 01). Na lei citada, aplicam-se os seguintes incisos:

- I - distribuição dos recursos entre os diversos segmentos culturais e áreas de interesse cultural;
- II - distribuição dos recursos a projetos culturais das várias regiões do Estado;
- III - transparência, através da divulgação à sociedade, por intermédio de sítio próprio na Rede Mundial de Computadores, com atualização bimestral, de todas as informações referentes à utilização dos recursos financeiros e sua efetiva aplicação na realização de atividades culturais;
- IV - estímulo a novas iniciativas culturais;
- V - promoção e facilitação do acesso à cultura pelos diversos segmentos da sociedade rio-grandense (RIO GRANDE DO SUL, 2010. p. 01).

Quando se trata de recursos para projetos, temos a nível nacional o Fundo Nacional de Cultura (FNC), que permite o aumento das alíquotas para empresas menores, além de possibilitar que pessoas físicas possam fazer seus investimentos diretamente na declaração anual de rendimentos, estando aberto a todo o país, o que

inclui o estado do RS. O FNC é um fundo que contempla projetos culturais compatíveis com uma das seguintes finalidades:

- Estimular a distribuição regional equitativa dos recursos a serem aplicados na execução de projetos culturais e artísticos;
- Favorecer a visão interestadual, estimulando projetos que explorem propostas culturais conjuntas, de enfoque regional;
- Apoiar projetos dotados de conteúdo cultural que enfatizem o aperfeiçoamento profissional e artístico dos recursos humanos na área da cultura, a criatividade e a diversidade cultural brasileira;
- Contribuir para a preservação e proteção do patrimônio cultural e histórico brasileiro;
- Favorecer projetos que atendam às necessidades da produção cultural e aos interesses da coletividade, aí considerados os níveis qualitativos e quantitativos de atendimentos às demandas culturais existentes, o caráter multiplicador dos projetos através de seus aspectos socioculturais e a priorização de projetos em áreas artísticas e culturais com menos possibilidade de desenvolvimento com recursos próprios (BRASIL, 2020f).

A Lei de Incentivo à Cultura (LIC), de acordo com a mesma lógica do FNC, estabelece normativas de como o governo estadual deve disponibilizar recursos para a realização de projetos artístico-culturais. A lei surgiu para motivar as empresas e cidadãos a investirem em cultura, o que fomenta ainda mais o turismo.

Os projetos enviados para a LIC, para adquirirem os recursos os projetos podem ser enviados a qualquer momento, a LIC funciona em fluxo contínuo, recebendo projetos durante todo o ano, estes então precisam estar bem elaborados e detalhados e enquadrados conforme a Instrução Normativa - IN vigente. No caso de aceitos, o projeto segue para o Conselho Estadual de Cultura - CEC RS, sendo avaliado quanto do mérito cultural e o grau de prioridade, além disso devem apresentar todos os custos documentados. Lembrando que quem está em busca desse recurso, deve recorrer às empresas cadastradas para conseguir apoio para desenvolver o projeto. Assim, não só as empresas parceiras ganham, como a cultura, o turismo e o estado inteiro se beneficiam.

4 PROJETOS E PRODUTORES CULTURAIS EM SÃO BORJA (RS)

Ao realizar uma busca no site do sistema Pró-Cultura RS, desde a criação do sistema, em 2010, até agosto de 2020, percebe-se que, no Rio Grande do Sul, existiam 9.810 produtores culturais cadastrados. Desses, 17 são da cidade de São Borja. Considerando esses produtores, constata-se que a cidade possui menos de 1%

de pessoas engajadas na elaboração de projetos culturais (RIO GRANDE DO SUL, 2020d). Para ser produtor cultural não é necessário nenhum requisito específico, podendo então qualquer pessoa que se interesse pelo assunto e/ou queira trabalhar com projetos culturais no estado inscrever-se.

Dentre os produtores registrados, observa-se que a Prefeitura Municipal está inscrita duas vezes, o que reduz o número de produtores para 16. O cadastro atualizado e regular tem como representante legal a ex-secretária de Cultura, Turismo, Esporte e Lazer do município, Caroline Batista Cabeleira Aquino. Além das duas inscrições da prefeitura municipal, existem quatro pessoas jurídicas inscritas e onze pessoas físicas. Analisando tais dados, outro aspecto que pode-se destacar é a relação do número total de inscrições com o gênero dos inscritos. Foram 9 inscrições feitas por mulheres, contra 8 feitas por representantes do sexo masculino, sendo todos cadastrados para representar ou a si mesmos, ou a entidades, empresas, grupos, dentre outros.

Ainda falando dos projetos culturais, em sua totalidade, 21 foram enviados para a LIC para serem realizados em São Borja. Analisando cada um deles, viu-se que 5 foram aprovados, 2 estão em processo de prestação de contas e 14 reprovados. Desses 5 projetos aprovados, houve a participação de somente 3 produtores sãoborjenses cadastrados, o que revela que houve produtores que enviaram mais de um projeto; os 13 restantes, até então, não inscreveram nenhum projeto.

Já os projetos submetidos ao FAC representam um total de 9 inscrições para serem desenvolvidos exclusivamente em São Borja, sendo que 1 obteve êxito e 8 foram reprovados. Vale ainda ressaltar que, por meio do FAC, 13 produtores continuam sem inscrições de projetos. Desses 9 projetos cadastrados, 4 deles foram enviados para serem realizados em São Borja por produtores de outros municípios, como Porto Alegre e Santa Maria, mostrando o interesse desses em desenvolver seus projetos na cidade. Ainda referente à consulta ao FAC, somente 2 produtores culturais dos cadastrados em São Borja, submeteram projetos ao sistema, sendo eles a Prefeitura Municipal e o Centro Nativista Boitátá.

Destacam-se 4 produtores com envio de submissões a LIC, a fim da arrecadação de verbas, a Agente Comunicação Eventos e Turismo Ltda, com 1 projeto aprovado mas arquivado por solicitação sendo este enviado em 2018; o Centro Nativista Boitátá, com 4, sendo 2 aprovados (jan/2019 e abr/2019), 1 reprovado e 1

com prazo prorrogado (jan/2020); a Prefeitura Municipal, com 5 projetos enviados, sendo 4 negados e 1 aprovado (ago/2015); e a senhora Salete Lucyk Maurer, com 1 aprovado (mar/2011) e 3 reprovados. Totaliza-se então, 14 projetos no geral, dos quais 5 foram aprovados. Para o FAC, ainda se destacam três produtores que enviaram projetos, a Prefeitura Municipal, com os dois reprovados; a Agente Comunicação Eventos e Turismo LTDA, representada pela senhora Simone Welter Bicca, com 2 projetos enviados e reprovados; e o Centro Nativista Boitatá, por meio do senhor Flávio Luiz Ceolin, com os três projetos reprovados.

Para melhor entender onde essas verbas estão sendo aplicadas, uma análise da temática foi necessária. Assim, na LIC temos a seguinte prioridade para investimentos: sete com o tema “música”, os quais 4 foram reprovados e 3 aprovados; quatro com o tema “artes cênicas: dança”, sendo um aprovado e três reprovados; um com “carnaval de rua”, que foi aprovado; dois com a temática “culturas populares”, também reprovados; cinco como “tradição e folclore”, com um aprovado e quatro reprovados; e um abordando “registro fonográfico”, o qual foi aprovado, mas está no registro de “várias cidades”, o que significa que além de São Borja passará por outros destinos. Todos os projetos da LIC foram registrados para desenvolvimento na cidade de São Borja.

Ainda, seguindo nas temáticas, obtêm-se os registros do FAC: dois com o tema “tradição e folclore”, que foram aprovados; um tratando sobre “apoio à programação em feira de livro”, reprovado; um sobre “cadeia produtiva carnaval”, também reprovado; um sobre “artes cênicas: dança” também reprovado. Dentre os projetos enviados para a LIC e para o FAC, todos os citados são para desenvolvimento em São Borja. Além destes dados conseguiu-se verificar que os projetos enviados no geral, aprovados ou reprovados iniciaram em 2011 na LIC e em 2012 no FAC.

Por meio desta pesquisa, nota-se que os projetos direcionados ao município de São Borja aparecem através de poucos produtores culturais e, ainda, muitos são reprovados. Tal fato pode ser que se justifique pela abordagem do Plano Estadual de Turismo, que contempla a região serrana e invisibiliza a cidade de São Borja. Ou ainda, talvez a distância da cidade até a capital não desperte o interesse de patrocinadores, que preferem ter suas marcas vinculadas em cidades com maior desenvolvimento.

Ficam alguns questionamentos: uma especialização na elaboração de projetos seria uma alternativa para melhorar a qualidade e aumentar o número de projetos aprovados? Aumentar o número de produtores culturais e investir em patrocinadores locais traria mais investimentos para São Borja? O curso de Tecnologia em Gestão de Turismo contribuirá com o aumento de produtores culturais em São Borja? Tais respostas ficam como sugestões para pesquisas futuras, como forma de contribuir com a produção científica sobre a elaboração de projetos turísticos e culturais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme pesquisa realizada, quando se trata de projetos culturais com o uso da Lei de Incentivo à Cultura (LIC) ou do Fundo de Apoio à Cultura (FAC), na cidade de São Borja, entende-se que o número de produtores culturais é pouco, levando em consideração a população da cidade, 61.671 pessoas (BRASIL, 2010). Ao todo, foram sete projetos aprovados na LIC e um projeto aprovado no FAC. Embora exista 30 projetos enviados no geral, considera-se o número de aprovados uma parcela muito pequena. Vale ainda ressaltar que 11 produtores ainda não inscreveram nenhum projeto para a LIC e 13 não tem nenhum envio para o FAC.

Notou-se, ainda, que a Prefeitura Municipal não aprovou muitos projetos e não tem muitos envios, totalizando 1 aprovado, podendo ser este um dos motivos pelos quais a cidade apresenta poucos atrativos e/ou atividades culturais, ou melhorias nos atrativos já existentes. Outro ponto que é interessante são os temas apresentados. São Borja dispõe de um leque de segmentos, podendo citar os títulos dados a cidade - “Terra dos presidentes”, “Cidade Histórica”, “Primeiro dos sete povos”, “Terra de Valor” e o mais atual “Capital do Fandango” –, o que não é levado em conta na criação dos projetos. O que também não foi encontrado foram projetos para os patrimônios materiais da cidade, como os museus, praças, entidades tradicionalistas, dentre outros. Verificou-se com esta pesquisa que se destacam projetos voltados ao patrimônio imaterial, principalmente à eventos, com temas como danças, música, tradição e folclore, precisando então ampliar essas temáticas.

A apresentação de mais projetos culturais em São Borja pode ser uma alternativa para o desenvolvimento turístico na cidade. Como sugestão para trabalhos futuros, indica-se verificar quais falhas levam à não aprovação dos projetos e porque

a maioria dos produtores cadastrados não enviam projetos para a LIC ou para o FAC. Com isso, não só a cidade estaria ganhando, como toda a comunidade são-borjense, além de atrair novos turistas e entreter os que já visitam o município. Assim, tanto o desenvolvimento econômico da cidade, como a procura pelo de São Borja como destinação turística se ampliariam.

REFERÊNCIAS

BENI, Mário C. **Análise estrutural do Turismo**. 13ª Edição. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1998.

BOITEUX, Bayard; WERNER, Maurício. Introdução ao estudo do Turismo. São Paulo: Elsevier, 2009.

BRASIL. **Últimas Notícias**. Ministério Do Turismo, 2019. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/13208-turismo-cresce-e-registra-faturamento-r\\$-20,3-bilh%C3%B5es-em-outubro.html](http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/13208-turismo-cresce-e-registra-faturamento-r$-20,3-bilh%C3%B5es-em-outubro.html). Acesso em: 31 ago. 2020.

BRASIL. **Sobre a Doença**. Ministério da Saúde, 2020a. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>. Acesso em: 30 ago. 2020.

BRASIL. **Plano Nacional do Turismo**. Ministério do Turismo, 2018c. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/plano-nacional-do-turismo.html>. Acesso em: 14 ago. 2020.

BRASIL. **Conselho Nacional de Turismo**. Ministério Do Turismo, 2020b. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/institucional/conselho-nacional-de-turismo.html>. Acesso em: 11 ago. 2020.

BRASIL. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022: Mais emprego e renda para o Brasil**. Ministério do Turismo, Plano Nacional de Turismo, 2017. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/plano-nacional-do-turismo.html>. Acesso em: 14 ago. 2020.

BRASIL. **Qualificação no Turismo**. Ministério Do Turismo, 2020c. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/qualifica%C3%A7%C3%A3o-profissional.html>. Acesso em: 14 ago. 2020.

BRASIL. **Indicador das ações/iniciativas de qualificação**. Ministério Do Turismo, 2020d. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/assuntos/13481-indicador-das-a%C3%A7%C3%B5es-iniciativas-de-qualifica%C3%A7%C3%A3o.html>. Acesso em: 14 ago. 2020.

BRASIL. **Ações e programas**. Ministério do Turismo, Programas, 2020e. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/acoes-e-programas.html>. Acesso em: 28 ago. 2020.

BRASIL. **Anuário Estatístico de Turismo 2019 - Ano Base 2018**. Ministério do Turismo, Anuário Estatístico de Turismo, 2019. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>. Acesso em: 31 ago. 2020.

BRASIL. **Anuário Estatístico de Turismo 2020 - Ano Base 2019**. Ministério do Turismo, Anuário Estatístico de Turismo, 2019. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>. Acesso em: 31 ago. 2020.

BRASIL. **Fundo Nacional da Cultura**. Lei de Incentivo à Cultura, PRONAC, 2020f. Disponível em: <http://temosdireitos.blogspot.com/2012/06/o-que-e-o-pronac.html#:~:text=PRONAC%20%C3%A9%20a%20sigla%20para,cultura%20brasileira%20e%20a%20diversidade>. Acesso em: 27 ago. 2020.

BRASIL. **Censo 2010**. São Borja. IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/sao-borja/panorama>. Acesso em: 02 set. 2020.

DIAS, Roger. **Turismo no Brasil deve levar um ano para se recuperar após pandemia**. Estado de Minas ECONOMIA. 22 Abr. de 2020. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2020/04/22/internas_economia,1140965/turismo-no-brasil-deve-levar-um-ano-para-se-recuperar-apos-pandemia.shtml. Acesso em: 31 ago. 2020.

DIAS, Reinaldo, MATOS, Fernanda. **POLÍTICAS PÚBLICAS: Princípios, Propósitos e Processos**. 2012. Editora Atlas. Edição 1. Pag. 14.

HENZ, Aline P. LEITE, Fabiana C. de L. ANJOS, Francisco A. dos. **Refletindo as Políticas Públicas para Turismo: uma retrospectiva brasileira desde a década de 60**. In: Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Saberes e Fazeres no Turismo: Interfaces. Universidade de Caxias do Sul. 2010. Pag. 5.

OLIVEIRA, Mariana. **Brasil avança no ranking de Competitividade em turismo do Fórum Econômico Mundial**. 2017. Ministério do Turismo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7673-brasil-avan%C3%A7a-no-ranking-de-competitividade-em-turismo-do-f%C3%B3rum-econ%C3%B4mico-mundial.html>. Acesso em: 11 ago. 2020.

PECIAR, Paola L. R.; ISAIA, Lucia. Turismo cultural: um olhar sobre as manifestações de atratividades encontradas nas feiras populares do brique da redenção em Porto Alegre-RS, Brasil, e a feira da praça matriz em Montevideu no Uruguai. 2005. In: RACE – **Revista de Administração, Contabilidade e Economia**. v.4, n.1, jan./dez. 2005. Disponível em: <https://unoesc.emnuvens.com.br/race/article/view/8725/4786>. Acesso em: 11 de ago. 2020.

RIO GRANDE DO SUL. Projetos. **Pró-Cultura RS** – Lei de Incentivo e Fundo, Secretaria de Estado da Cultura do Rio Grande do Sul. 2018. Disponível em:

http://www.procultura.rs.gov.br/index.php?menu=consultar_projetos. Acesso em 25 out. 2018.

RIO GRANDE DO SUL. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável**. Secretaria de Cultura RS, 2017. Disponível em: <https://cultura.rs.gov.br/plano-de-desenvolvimento-integrado-do-turismo-sustentavel-e-apresentado-em-audiencia-publica>. Acesso em: 26 ago. 2020.

RIO GRANDE DO SUL. **SEDETUR**. Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, 2019. Disponível em: <https://sedetur.rs.gov.br/sedetur>. Acesso em: 02 set. 2020.

RIO GRANDE DO SUL. **FUNDOPEM/RS**. Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, 2020a. Disponível em: <https://sedetur.rs.gov.br/oqeh>. Acesso em 01 set. 2020.

RIO GRANDE DO SUL. **Integrar/RS**. Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, 2020b. Disponível em: <https://sedetur.rs.gov.br/oqeh>. Acesso em 01 set. 2020.

RIO GRANDE DO SUL. Programas e Projetos. **REDES - Redes de Cooperação**. 2020c. Disponível em: <https://sedetur.rs.gov.br/o-que-e-5f4e41edc70a1>. Acesso em: 09 set. 2020.

RIO GRANDE DO SUL. **Lei nº 12.959**. 2008. Estado do Rio Grande do Sul, Assembleia Legislativa, Gabinete de Consultoria Legislativa, Cap. 1. Seção 1. Art. 01. p. 1-3. 08 mai. 2008.

RIO GRANDE DO SUL. **Lei nº 13.490**. 2010. Estado do Rio Grande do Sul, Assembleia Legislativa, Gabinete de Consultoria Legislativa, Cap. 1. Seção 1. Art. 01. p.1.

RIO GRANDE DO SUL. Pró-cultura RS. **Consultar Produtores Culturais**. 2020d. Disponível em: https://www.procultura.rs.gov.br/resultado_produtores.php. Acesso em: 05 set. 2020.

VALERIANO, Dalton L. **Gerência em Projetos**. Pesquisa, desenvolvimento e engenharia. São Paulo: Makron Books, 1998.

VARGAS, Ricardo Viana. **Gerenciamento de Projetos**. Estabelecendo diferenciais competitivos. 7ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Brasport, 2009.