



## *Prefeitura Municipal de Gramado*

### **PROJETO DE LEI Nº \_\_\_\_\_/2023.**

Autoriza o Município de Gramado a contribuir financeiramente com a Associação Latino-Americana de Publicidade e dá outras providências.

Art. 1º O Município de Gramado fica autorizado a contribuir com o valor de até R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a Associação Latino-Americana de Publicidade, inscrita no CNPJ 91.344.986/0001-72, em regime de mútua cooperação para a realização do Projeto “23º Festival Mundial de Publicidade de Gramado”, realizado pela entidade.

Art. 2º A formalização, obrigações e prestação de contas se darão conforme os termos da Lei Federal nº 13.019/2014.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Gramado, 10 de maio de 2023.

**Luiz Antonio Barbacovi**  
**Prefeito em Exercício**

**Ciente.**

**Caiene Pereira Rodrigues**  
**Procuradora-Adjunta do Município**

**Juliana Fisch**  
**Secretária Municipal de Administração**



## *Prefeitura Municipal de Gramado*

### **JUSTIFICATIVA I**

**LUIZ ANTONIO BARBACOV**, Prefeito em Exercício do Município de Gramado, no uso de suas atribuições legais, vem respeitosamente à presença dos Nobres Edis, apresentar o PROJETO DE LEI:

Autoriza o Município de Gramado a contribuir financeiramente com a Associação Latino-Americana de Publicidade e dá outras providências.

Através do presente Projeto de Lei, o Executivo Municipal solicita a esta Egrégia Casa Legislativa, autorização para transferir recursos financeiros para a Associação Latino-Americana de Publicidade, no valor de até R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), oriundos da Secretaria Municipal de Turismo.

O repasse dar-se-á com a finalidade de fomentar e executar os serviços do projeto “23º Festival Mundial de Publicidade de Gramado”, apresentado pela entidade.

Contando com a apreciação e consequente aprovação do Projeto de Lei, aproveitamos o ensejo para renovar nossos votos de elevada estima e distinta consideração.

Gramado, 10 de maio de 2023.

**Luiz Antonio Barbacovi**

**Prefeito em Exercício**

Assinado digitalmente por: CAIENE PEREIRA RODRIGUES:02794254065

Em 11 de Maio de 2023 às 09:23:22

Assinado digitalmente por: JULIANA FISCH:60186836015

Em 11 de Maio de 2023 às 18:49:57

Assinado digitalmente por: LUIZ ANTONIO BARBACOV:16909194004

Em 12 de Maio de 2023 às 08:23:35

## PLANO DE TRABALHO

### Proposta

( ) Edital no : (X) Sem edital

**Secretaria a que se destina:** Secretaria de Turismo de Gramado / Fundo de Turismo

**Objeto:** Apoio Financeiro para o 23º Festival Mundial de Publicidade de Gramado

### I. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO:

<b>NOME DA INSTITUIÇÃO - ALAP- Associação Latino-Americana de Agências de Publicidade</b>
Endereço: Avenida Pernambuco, 2623 – Conjunto 601
Cidade: Porto Alegre      CEP: 90240-002
Fone: 51 98405-4143      E-mail: alap@alap.com.br
CNPJ: 91.344.986/0001-72
Representante Legal: Andressa Martins
Responsável pela execução do projeto: Andressa Martins
A Organização possui registro a algum Conselho Setorial? ( ) Sim (x) Não Nome do Conselho: Nº de registro:

### II. NOME DO PROJETO:

**23º Festival Mundial de Publicidade de Gramado**

### III. APRESENTAÇÃO

A ALAP – Associação Latino-americana de Publicidade, entidade sem fins lucrativos e promotora do Festival Mundial de Publicidade de Gramado desde 1975, organizará o **23º Festival Mundial de Publicidade de Gramado** nos dias 07, 08 e 09 junho de 2023, na Recreio Gramadense, em Gramado/RS. O evento mundial já tradicional na cidade segue após seu retorno com o tema principal: **Festival Mundial de Publicidade de Gramado - Influenciando Transformações**, para refletir sobre o mercado de publicidade e jogar luz nos caminhos da comunicação num momento de transformações aceleradas. O objetivo é reunir inovação, diversidade, conhecimento e entretenimento para um público de aproximadamente 5.000 pessoas entre participações presenciais e digitais. Uma novidade para este ano é a iniciativa de realizar o festival em espaços distintos no centro de

Avenida Pernambuco, 2623 – Conjunto 601  
90240-002 – Porto Alegre - RS - Brasil  
alap@alap.com.br - www.alap.com.br



Gramado, com uma programação diversificada e atividades simultâneas, como oficinas, mostras, Casa de Vidro para produção de conteúdo e mídia, apresentações artísticas, além das palestras e painéis, de modo a incentivar o fluxo de pessoas no centro da cidade, contribuindo para o comércio e turismo locais. Além de especialistas e executivos de grandes marcas, o festival receberá a participação de influenciadores, emissoras de TV, imprensa, streamings e produtoras de conteúdo, gerando mídia espontânea e levando o nome da cidade de Gramado para uma exposição a nível internacional..

#### IV. JUSTIFICATIVA

Desde 1975 que o Festival Mundial de Publicidade de Gramado leva à cidade os mais importantes nomes do mercado criativo. São diretores de emissoras, executivos de grandes marcas, influenciadores e grandes agências de publicidade. Ao longo do tempo foram, foram 22 edições, com mais de 50 mil participantes, mais de 500 palestrantes, além de ter levado o nome de Gramado para mais de 40 países através das edições itinerantes.

Dessa forma, o Festival faz parte da história da publicidade brasileira desde a sua primeira edição, em 1975. Hoje é um evento internacional – terceiro maior evento do mundo na área, em número de participantes, e o maior da América Latina – que discute e analisa o mercado publicitário, congregando estudantes, profissionais, agência e mercado. Suas edições extras realizadas em anos pares já aconteceram em três continentes, sendo a última em 2014, nos dias 27 e 28 de março no Auditório Complejo – Torre de las Comunicaciones, Montevideú.

Abaixo tabela de número de participantes das edições anteriores do Festival:

ANO	EDIÇÃO	PARTICIPANTES
1979	2	100
1981	3	220
1983	4	340
1985	5	670
1987	6	800
1989	7	920
1991	8	1528
1993	9	1500
1995	10	2000
1997	11	2000

Avenida Penhaambuco, 2623 – Conjunto 601  
 90240-002 – Porto Alegre - RS - Brasil  
 alapa@alapa.com.br - www.alapa.com.br



*Andressa Castro Mart*

1999	12	2500
2001	13	3600
2003	14	5200
2005	15	5000
2007	16	7000
2009	17	6500
2011	18	4000
2013	19	5000
2015	20	2000
2017	21	2000
2022	22	1.200
		<b>54.078</b>

O Festival contribui diretamente no fomento ao turismo e a empregabilidade local, gerando cerca de 200 empregos durante o evento e fomenta as empresas locais do setor de eventos, gastronomia, transporte e hospedagem.

Quanto ao seu impacto no setor de turismo, o festival utiliza toda a rede hoteleira com aproximadamente 3.000 diárias e mais de 12.000 refeições durante os dias do Festival.

Por fim, seu público qualificado é voltado diretamente a publicidade, propaganda, redes sociais, empresários, influenciadores e a academia, fortalecendo o retorno da imagem da cidade de forma exponencial.

## V. OBJETIVOS:

### 1. GERAL

Mostrar e apresentar o quanto o mercado de publicidade e propaganda mudou, as pessoas, os hábitos, a forma de se relacionar, o consumo e na publicidade não é diferente. Novos formatos, canais e maneiras de se comunicar transformaram nosso mundo.

Aquele mercado que era responsável pelos principais comerciais de TVs foram obrigados a se reinventar e navegar por mares com a profundidade ainda não descoberta.

Avenida Pernambuco, 2623 – Conjunto 601  
90240-002 – Porto Alegre - RS - Brasil  
aláp@aláp.com.br - www.aláp.com.br

Assinado  
 *Andressa Castro Martin*  
D4Sign



Associação Latino-americana  
de Publicidade

O que é de fato a inovação? Fazer parte de tudo o que é novo ou se destacar com ações criativas e consistentes para ganhar a atenção em massa?

E é com esse objetivo, de encarar mudanças e fomentar inovações, que chegamos à nossa 23ª edição, em uma nova versão, repleta de diversidade e com programação presencial e digital.

## TÓPICOS DOS CONTEÚDOS

Ads Techs  
Campanhas Multicanal  
Cultura do Cancelamento  
Diversidade  
Eventos Digitais  
Frameworks de Trabalho  
Marketing de Influência  
Games  
IA  
Inclusão  
Influenciadores  
Metaverso  
Metodologias  
Narrativas  
Realidade Aumentada  
Realidade Virtual  
Representatividade na Publicidade  
Sociedade  
Sustentabilidade  
Tendências e Oportunidades

## 2. ESPECÍFICOS

OBJETIVO ESPECÍFICO	AÇÕES	RESULTADOS ESPERADOS
Realizar em Gramado o 23º Festival Mundial de Publicidade de Gramado	Debates sobre O Mercado Em Meio A Transformações Aceleradas	Levar conhecimento para os participantes através das palestras, mesas redondas e oficinas.
Ser um evento referência para empresários e estudantes que buscam qualificação profissional	Debates com especialistas	União das diversas frentes da propaganda e publicidade.
Trazer para discussão assuntos e temas importantes para o setor	Painéis para debater os temas: <b>Design e Inovação</b> Uma trilha prática para modelos de negócios inovadores com potencial transformador.	Este conteúdo será debatido De forma presencial e por 6 meses na plataforma de assinantes.

Avenida Pernambuco, 2623 – Conjunto 601  
90240-002 – Porto Alegre - RS - Brasil  
alap@alap.com.br - www.alap.com.br

D4Sign ce157c22-aa7c-4b9d-b078-bdb9ef58698f - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com.br/confirmar>  
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.



Assinado  
Andressa Castro Martini

	<p>Aborda detecção de tendências e oportunidades em cenários incertos e construção de propósito empresarial sustentável.</p> <p><b>O Multiverso da Comunicação</b> Como promover experiências mediadas por inteligência artificial e projetos transmídias co-criativos? Considerando que a tecnologia pode desafiar a criatividade humana, é preciso estar atento aos cuidados e oportunidades.</p> <p><b>Educação e Sociedade</b> Trilha sobre o papel da comunicação em um mundo em transformação. Aborda a conexão entre conteúdo de marca, PR e anseios sociais, além da atuação de influenciadores e produtores de conteúdo na formação de opinião pública</p>	
--	---	--

## VI. PERFIL DA POPULAÇÃO ATENDIDA PELO PROJETO

### **Público**

Empresários, publicitários, estudantes de comunicação social e imprensa especializada de diversas partes do Brasil e do exterior.

### **Abrangência**

Participantes a nível Brasil e Exterior, com formação em cursos superior / pós-graduação / especialização / alunos em formação;

- Idade média de 18 a 70 anos;
- O evento espera receber cerca de 5000 participantes na transmissão online e 1.500 presenciais;

Assinado  
  
D4Sign

Avenida Pernambuco, 2623 – Conjunto 601  
90240-002 – Porto Alegre - RS - Brasil  
alap@alap.com.br - www.alap.com.br

## VII. META

FAIXA ETÁRIA	QTDE	CARGA HORÁRIA SEMANA INDIVÍDUO	Nº DE ATENDIMENTOS SEMANAIS POR INDIVÍDUO	Nº DE MESES DE ATENDIMENTO AO MESMO INDIVÍDUO
Adultos Jovens, de 18 a 29 anos e 11 meses	30%	8h/dia	3 dias / total de 24 horas durante a realização do evento	3 dias de Evento presencial e 6 meses na plataforma digital
Adultos, de 30 a 59 anos e 11 meses	60%	8h/dia	3 dias / total de 24 horas durante a realização do evento	3 dias de Evento presencial e 6 meses na plataforma digital
Idosos, (mais de 60 anos)	10%	8h/dia	3 dias / total de 24 horas durante a realização do evento	3 dias de Evento presencial e 6 meses na plataforma digital

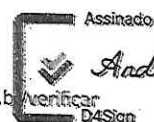
### Critérios de acesso:

CRITÉRIOS DE ACESSO	FORMAS DE SELEÇÃO EM CASO DE PROCURA SUPERIOR AO NÚMERO DE VAGAS	MEDIDAS EM CASO DE FALTA DE INTERESSADOS E RISCO DE NÃO ATINGIMENTO DE METAS
O acesso se dará mediante à compra de ingressos de forma antecipada pelo site do evento.	As vagas serão limitadas ao número de 1.500 participantes em função da capacidade do local que o evento será realizado.	Adiamento do evento

## VIII. METODOLOGIA

- O evento acontecerá em formato de painéis, palestras, apresentações e debates entre convidados palestrantes e participantes;
- O evento acontecerá no centro da cidade de Gramado;
- Os temas a serem abordados foram elaborados por uma comissão técnica;

Avenida Pernambuco, 2623 – Conjunto 601  
90240-002 – Porto Alegre - RS - Brasil  
aláp@aláp.com.br - www.aláp.com.br



Assinado  
Andressa Castro Mart



- O evento terá três dias de duração, com carga horária de 8h/dia e um total de 24 horas;
- O evento será transmitido de forma integral através da plataforma BoxBrazil Play, do Grupo Box Brazil, um dos maiores canais de TV pagas do país, que chega a mais de 14 milhões de lares.

**IX. CRONOGRAMA DE AÇÕES**

AÇÕES	MÊS 01 JUNHO
Realizar em Gramado o maior Festival Mundial de Publicidade e Propaganda de Gramado	X
Ser um evento referência para empresários e estudantes que buscam qualificação profissional	X
Trazer para discussão assuntos e temas latentes para o setor de propaganda e publicidade	X

**X. EQUIPE DO PROJETO**

FUNÇÃO DO PROJETO	FUNÇÃO PROFISSIONAL	NATUREZA DO VÍNCULO	NÚMERO DE HORAS SEMANAIS
Organização	Organização técnica do evento	CONTRATO	12 horas semanais
Agência de Publicidade	Criação de layouts / redes sociais	CONTRATO	10 horas semanais
Equipamentos	Som, luz e projeção no evento	CONTRATO	36 horas totais
Segurança, Limpeza e Carregadores	Suporte no pré, durante e pós-evento	CONTRATO	24 horas totais
Fotógrafo e Filmagem	Cobertura durante o evento	CONTRATO	24 horas totais
Gráfica para Impressos	Credencial, programação e outros	CONTRATO	
Sinalização do evento	Painéis e placas no local do evento	CONTRATO	
Assessoria de Imprensa	Cobertura pré, durante e pós-evento	CONTRATO	6 horas semanais
Estrutura de montagem	Montagem de estandes	CONTRATO	

Avenida Pernambuco, 2623 – Conjunto 601  
90240-002 – Porto Alegre - RS - Brasil  
alapa@alapa.com.br - www.alapa.com.br

Assinado  
 *Andressa Castro Martin*  
D4Sign

## XI. AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS INDICADORES QUANTITATIVO/QUALITATIVO DE RESULTADOS	MEIOS DE VERIFICAÇÃO
Realizar em Gramado o maior Encontro do Setor de Publicidade e Propaganda	Matérias veiculadas em mídia Espontânea	Taxação das matérias publicadas
Ser um evento referência para entidades empresários e estudantes que buscam qualificação profissional e atualização em conhecimentos deste mercado	Presença destes profissionais no evento.	Lista de Inscritos
Auxiliar os empresários a fortalecer seus negócios.	Gravação dos conteúdos que serão apresentados no evento.	Postagem no canal de streaming do Festival e redes sociais.
Trazer para discussão assuntos e temas latentes para o setor De Publicidade e Propaganda	Programação do evento com temas e nomes dos palestrantes.	Através do site onde a mesma será publicada e entrega de certificado.

## XII. PARCERIAS

FONTES DE RECURSOS	NATUREZA	TIPO DE PARCERIA	PARCERIA CONTINUADA?
Venda de Ingressos	Não governamental	Financeira	Para o evento em específico
Patrocínios	Governamental	Financeira	Para o evento em específico
Patrocínios	Não Governamental	Financeira	Para o evento em específico
Apoios	Governamental Não Governamental	Técnica	Para o evento em específico

O percentual que representa os recursos solicitados através deste plano de trabalho representa cerca de 4,16% do total do orçamento do Festival.

## XIII. ORÇAMENTO PROPONENTE

Conforme seu conhecimento, a previsão de orçamento para a realização do 23º Festival Mundial de Publicidade de Gramado será de R\$1.200.000,00.

Avenida Pernambuco, 2623 – Conjunto 601  
90240-002 – Porto Alegre - RS - Brasil  
alapa@alapa.com.br - www.alapa.com.br

Assinado  
  
D4Sign



Associação Latino-americana  
de Publicidade

### RESUMO do investimento - CONCEDENTE

RUBRICAS	VALOR TOTAL	PERCENTUAL SOBRE O VALOR SOLICITADO
Empresa Organizadora	R\$ 15.000,00	30%
Equipamentos Sonorização e projeção	R\$ 35.000,00	70%
<b>Total</b>	<b>R\$ 50.000,00</b>	

### ORÇAMENTO DETALHADO - valor repassado pelo CONCEDENTE

DESPESAS	DESCRIÇÃO	QTDE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL NA RUBRICA
Organização	Contratação da empresa que fará a organização do evento	01 empresa	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
Equipamentos	Contratação da empresa para locação de equipamentos de sonorização e projeção das palestras	01 empresa	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 50.000,00</b>	<b>R\$ 50.000,00</b>

### PLANO DE APLICAÇÃO MENSAL - investimento mensal do concedente (em R\$)

RUBRICA	VALOR TOTAL	VALOR MÊS 01
Empresa Organizadora	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
Equipamentos Sonorização e projeção	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00

Avenida Pernambuco, 2623 – Conjunto 601  
90240-002 – Porto Alegre - RS - Brasil  
alap@alap.com.br - www.alap.com.br



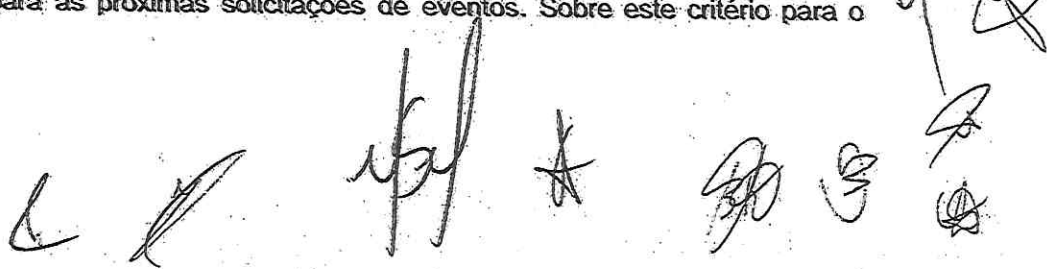
*Addressa Castro Ma*

**ATA REUNIÃO COMTUR e FUMTUR**  
**Conselho Municipal de Turismo e**  
**Fundo Municipal de Turismo de Gramado**


Data: 14.04.2023 Hora: 10h Local: Google meet

**Participantes:** Bárbara Konrath - Secretária de Turismo, Rosa Helena Volk - Gramadotur, Walquíria Proença - Secretária de Turismo, Lisa Gottschalk - Sindtur - Eliezer Nascimento - Secretária de Agricultura, Jonatas Gross - Secretária de Obras - Cristiano Doval - Sindtur - Franciele Berti - Secretária de Turismo, Luciano Gonçalves - Convention & Visitors Bureau Germano Junges - Secretária de Governança - Heitor Noel - Secretária de Inovação - Ricardo Bertolucci - Secretária da Cultura - Simone Arend - Secretária do trânsito Nilo Neto - Secretária da agricultura Jéssica Piffer - Abrasel

Aos 14 dias do mês de abril de 2023, reuniram-se via Google Meet os membros do Conselho Municipal de Turismo - Comtur, conforme descrito acima. Na abertura dos trabalhos, a Secretária Municipal de Turismo é presidente do ComTur, Sra. Rosa Helena Pereira Volk desejou boas-vindas aos participantes e agradeceu a presença dos membros. Na sequência, ela deu andamento à reunião conforme os itens descritos a seguir. 1 - Rosa inicia a reunião respondendo o questionamento no grupo sobre a diferença nos valores apresentados do fundo, que conforme repassado pela tesouraria o valor a mais é referente a arrecadações que estavam sendo conciliadas de diversas contas e em diferentes locais desde 2013 e que neste ano os valores retornaram para o fundo de turismo. Sobre as ações do cinema, Rosa argumenta que todo o dinheiro que havia sido reservado para a compra do Cine Embaixador (2 milhões) já foram utilizados e feito os pagamentos. O Cine Embaixador S.A será então administrado pelo poder público por contar com ações majoritárias. Ricardo comenta que existia uma solicitação da própria comunidade de utilizar esse espaço para ações culturais do município. Rosa completa que o olhar do poder público para o palácio dos festivais é muito especial, pois além de tudo é o local onde é realizado o festival de cinema. Rosa complementa que apenas um funcionário trabalha no cine embaixador atualmente, e que a estrutura do palácio está muito degradada. Luciano comenta que teve uma reunião com o Juarez e que comentou sobre as melhorias e ajustes que precisariam ocorrer no cine. 2 - No segundo momento Rosa aborda sobre os pedidos de recursos para o fundo de turismo, iniciando com o pedido da ALAP (Associação Latino Americana de Publicidade) de 170 mil. Rosa acrescenta que o município oferece espaço público para ser utilizado pelo evento e no ano passado foi aprovado um aporte de 50 mil pelo conselho. Luciano comenta que o conselho necessita ter critérios para a destinação dos valores do fundo para os eventos privados e que seria mais benéfico apoiar os eventos promovidos por profissionais de Gramado. Além disso, complementa que podemos ajudar de outra forma tanto a ALAP quanto outros eventos, a exemplo não dando hospedagens, mas sim auxiliando a baratear os custos, e finaliza que neste momento não daria nenhum valor para este evento. Cristiano comenta que provavelmente a ALAP já vai conseguir angariar valores com patrocinadores e que o município já auxilia com os espaços públicos e conclui que neste momento não caberia aprovar nenhum valor. Lisa comenta que o SindTur elabora contrapartida de credenciais em eventos e que promovem junto aos associados vouchers com valores diferenciados e finaliza dizendo que essas ações auxiliam no custo dos eventos, e que podem ser promovidas para apoiar a ALAP. Rosa comenta que quando solicitado o município oferece apoio institucional aos eventos e que neste momento seria o caso da secretaria de turismo e do conselho de turismo desenvolver algum critério, ou edital de credenciamento para as próximas solicitações de eventos. Sobre este critério para o



apoio Ricardo apresenta o exemplo da film commission, que primeiro acontece a apresentação da proposta do filme para a comissão, e sendo aprovado a partir disso o filme apresenta para o município uma tabela de contratações locais que o filme vai precisar, e partir disso parte deste valor destinado a contratações e mão de obra vai retornar para o requerente. Rosa sugere uma comissão para fazer parte desta construção de critérios junto à secretaria de turismo, e Conventio e SindTur se disponibilizaram a participar. Sobre a verba para a ALAP Luciano acredita que daria para dar um suporte este ano, mas que para ano que vem já deixaria eles avisados que terão novos critérios, e manteria o aporte de 50 mil do ano anterior. Germano concorda com Luciano, mas que segundo ele as captações para os eventos e ações do município estão muito abaixo dos últimos anos, e que concorda com o aporte de algum valor mas que no máximo 25 mil e que deixaria eles de sobreaviso para o próximo ano que passaram por critérios de avaliação para o apoio financeiro do fundo. Lisa comenta que pelos cálculos o valor gasto por eles seria em torno de 102 mil e que neste ano aprovaria o mesmo valor do ano passado de 50 mil, e que avisaria que para o próximo ano alguns critérios estão sendo elaborados. Rosa finaliza o assunto, que pela maioria o valor aprovado para a ALAP será o mesmo do ano passado de 50 mil. 3 - No terceiro momento Rosa aborda sobre a solicitação feita pela brocker turismo, através do SindTur, para auxílio financeiro no evento da azul viagens de 90 mil. O valor seria para auxiliar 13 hotéis do município a participar desses eventos da azul e que esses eventos não contariam com a participação da secretaria de turismo. Lisa comenta que são 13 hotéis somente de Gramado e a ideia é divulgar Gramado de forma mais comercial. Luciano comenta que é importante a participação do município nesses eventos e que seria interessante fazer uma contraproposta que incluía a participação do município. Germano concorda com Luciano que o município precisa também participar desses eventos da azul, não só fazer o aporte financeiro. Conforme maioria Rosa finaliza o assunto dizendo que fica autorizado o aporte, mas contando também com a participação do município. 4 - No quarto momento Rosa aborda sobre a solicitação da Gramadotur de 700 mil para os eventos públicos. Ricardo comenta que a LIC mudou a resolução do critério de desempate, e como muitos projetos estão solicitando e muitos estão atingindo a nota máxima, um dos critérios de desempate é dar prioridade para municípios que nunca receberam valores da LIC nos últimos 12 meses, ou seja, Gramado não seria mais contemplado. Rosa comenta que a Filigram e o Festival de Cinema de Gramado estão em votação neste momento e que foi feita uma carta da Gramadotur para o conselho da cultura solicitando revisão dos critérios de desempate, e que seria interessante que todas as entidades fizessem uma carta também. Luciano comenta que não faz sentido dar recursos para municípios menores e que não representam tanto, e que poderia ser feita uma comitiva para estado levando as cartas também das entidades para serem entregues em mãos para os responsáveis, mostrando assim a força de Gramado. Rosa questiona Ricardo se eles receberiam eles no conselho da cultura, e o mesmo responde que seria interessante uma comitiva para a secretaria de turismo e cultura do estado e conversar com os órgãos institucionais e que o entendimento do conselho de cultura é que municípios maiores conseguem acessar outros recursos através de patrocínio e que municípios menores não possuem esse acesso. Rosa comenta que com a negativa da LIC para o Gramado In Concert e para a Festa da Colônia refletiu em mais de 1 milhão e cem mil reais que não foi captado. Lisa pergunta se a carta para o estado vai ser única ou uma carta de cada entidade e Rosa responde que o ideal seria que cada entidade pudesse fazer uma carta para mostrar mais a força do município. Rosa complementa que a Gramadotur não recebe recursos da prefeitura e sim precisa gerir seus recursos, o que tem ficado bem mais difícil com as negativas da LIC. Cristiano pergunta



Handwritten signatures and initials at the bottom of the page, including a large signature on the left, a star symbol, and several smaller initials and signatures on the right.

sobre o custeio de alguma forma da TTS, o que é respondido pela Rosa que não é possível utilizar recursos da TTS para esse fim. Luciano e Lisa acreditam que é necessário avançar mais nesse assunto pois muitas entidades não estão presentes, e sugerem que seja suspensa a reunião. Rosa responde que existe quorum, e que o material foi enviado anteriormente por e-mail, e que além disso, esta solicitação é bem urgente pela proximidade dos eventos. Ricardo expõe que fazer um aporte do fundo de turismo para eventos públicos importantes turisticamente é muito relevante e que não vê o porquê de não aprovar. Rosa retorna que gostaria de votar na data pois foi cumprido todo o trâmite, e pergunta se fosse votado hoje, se o SindTur e Convention seriam contrários ou não. Luciano do Convention e Lisa do Sindtur responderam que seriam favoráveis a aprovação do valor a Gramadotur de 700 mil, sendo assim por unanimidade o valor de 700 mil foi aprovado para repasse a Gramadotur. Rosa finaliza dizendo que gostaria muito que as entidades pudessem fazer as cartas para serem enviadas ao conselho da cultura do estado e que conforme a autorização do repasse para a Gramadotur precisará ser feito um projeto de lei acompanhado de um plano de trabalho que será enviado para a câmara de vereadores. Nada mais tendo a constar lavro e dou por encerrada a presente Ata.

Walquiria Proença  
Elleijla  
Zanatas S. S. S.  
Rosa  
Ricardo  
Simão  
B. S. S.  
Luciano  
Lisa  
9/9