ReGeo ISSN: 2177-3246

INVESTIMENTOS E ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO NO TURISMO: A EXPERIÊNCIA DA CIDADE DE LINHA NOVA/RS

INVESTMENTS AND DEVELOPMENT STRATEGIES IN TOURISM: THE EXPERIENCE OF THE CITY OF LINHA NOVA/RS

INVERSIONES Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EN TURISMO: LA EXPERIENCIA DE LA CIUDAD DE LINHA NOVA/RS

https://doi.org/10.56238/revgeov17n7-096

Data de submissão: 01/06/2026 **Data de publicação:** 16/07/2026

Christian Albers
Mestre em Diversidade Cultural e Inclusão Social
Instituição: Universidade Feevale
Lattes: http://lattes.cnpq.br/1834173144649254

Michele Barth
Doutora em Diversidade Cultural e Inclusão Social
Instituição: Universidade Feevale
Lattes: http://lattes.cnpq.br/1284558466924127

Jacinta Sidegum Renner
Doutora em Engenharia da Produção com ênfase em Ergonomia
Instituição: Universidade Feevale
Lattes: http://lattes.cnpq.br/4483661995890631

RESUMO

O turismo tem sido alternativa de desenvolvimento para municípios brasileiros. Assim, este estudo objetiva analisar os investimentos realizados e estratégias adotadas pelo município de Linha Nova/RS para desenvolver o turismo na cidade. Este estudo é de natureza básica e quanto aos objetivos é descritivo. Quanto aos procedimentos técnicos se caracteriza como um estudo ex-post-facto. A coleta de dados foi realizada em documentos públicos e publicações na imprensa local e regional, além do relato pessoal do Servidor Municipal participante das ações realizadas. Para a análise, foi considerado o período de 2012 a 2024. Os resultados mostram que as ações se basearam em três aspectos principais: Políticas de promoção e posicionamento de marca; Infraestrutura de apoio ao turismo; Políticas de sensibilização e qualificação para o turismo. Ficou evidente que com ações simples e econômicas, porém focadas e eficientes, as cidades podem desenvolver o turismo, alcançar a diversificação econômica e promover igualdade social.

Palavras-chave: Turismo. Linha Nova. Desenvolvimento. Políticas Públicas. Gestão Municipal.

ABSTRACT

Tourism has been an alternative for development in Brazilian municipalities. Therefore, this study aims to analyze the investments made and strategies adopted by the municipality of Linha Nova/RS to develop tourism in the city. This study is of a basic nature and descriptive in its objectives. Regarding technical procedures, it is characterized as an ex-post-facto study. Data collection was carried out through public documents and publications in local and regional press, as well as the personal account of a Municipal Server who participated in the actions carried out. For the analysis, the period from 2012 to 2024 was considered. The results show that the actions were based on three main aspects:

Brand promotion and positioning policies; Tourism support infrastructure; Tourism awareness and qualification policies. It became evident that with simple and economical actions, yet focused and efficient, cities can develop tourism, achieve economic diversification, and promote social equality.

Keywords: Tourism. Linha Nova. Development. Public Policies. Municipal Management.

RESUMEN
El turismo ha sido una alternativa de desarrollo para municipios brasileños. Por lo tanto, este estudio tiene como objetivo analizar las inversiones realizadas y las estrategias adoptadas por el municipio de Linha Nova/RS para desarrollar el turismo en la ciudad. Este estudio es de naturaleza básica y descriptivo en sus objetivos. En cuanto a los procedimientos técnicos, se caracteriza como un estudio ex-post-facto. La recopilación de datos se realizó a través de documentos públicos y publicaciones en prensa local y regional, así como el relato personal de un Servidor Municipal que participó en las acciones realizadas. Para el análisis, se consideró el período de 2012 a 2024. Los resultados muestran que las acciones se basaron en tres aspectos principales: Políticas de promoción y posicionamiento de marca; Infraestructura de apoyo al turismo; Políticas de concienciación y calificación para el turismo. Se hizo evidente que con acciones simples y económicas, pero enfocadas y eficientes, las ciudades pueden desarrollar el turismo, lograr diversificación económica y promover igualdad social.

Palabras clave: Turismo. Linha Nova. Desarrollo. Políticas Públicas. Gestión Municipal.

1 INTRODUÇÃO

O turismo tem sido uma alternativa de desenvolvimento para muitas cidades brasileiras, especialmente as pequenas, as quais buscam dinamizar a economia local e aproveitar as tendências relativas ao turismo. De acordo com a WTTC (World Travel & Tourism Council), o turismo respondeu por 10% do Produto Interno Bruto e 10,6% dos empregos mundiais no ano de 2024, com tendência de crescimento nos próximos anos (WTTC, 2025). Nessa linha, conforme o Ministério do Turismo (Brasil, 2026), os turistas têm buscado locais alternativos, experiências imersivas e diferenciadas e longe dos destinos de massa. Dessa forma, o charme das pequenas cidades e as experiências em áreas rurais proporcionam uma nova forma de vivenciar o turismo. Segundo um estudo de Fernandes (2018) existem várias concepções sobre cidades pequenas, sendo que, neste artigo, se considera pequena, uma cidade com até 15 mil habitantes, já que, como afirma o autor, no mínimo 60% da realidade urbana brasileira é composta por pequenas cidades.

Nesse contexto, encontra-se a cidade de Linha Nova, localizada no estado do Rio Grande do Sul, a cerca de 80km da capital Porto Alegre. O município possui 1.683 habitantes conforme o Censo Populacional de 2022 (IBGE, 2022), estando entre as cem menores cidades do país (IBGE, 2025). Emancipada em 1992, ainda hoje em torno de 70% da economia é centrada na produção primária, principalmente na avicultura, silvicultura e hortigranjeiros. No entanto, as administrações municipais têm buscado uma diversificação da matriz econômica, com a inclusão do turismo como alternativa de desenvolvimento.

Destaca-se que a opção por desenvolver o turismo deve levar em conta diferentes atores sociais, especialmente a comunidade, o poder público e a iniciativa privada, de forma a ser sustentável e inclusiva. Corroborando, Franz, Andreoli e Silva (2021), enfatizam que o desenvolvimento sustentável do turismo necessita um planejamento que busque geração de empregos e riqueza, mas sempre com a preservação do meio ambiente e do patrimônio cultural local, sendo que, para ter sucesso, é preciso a participação efetiva da sociedade.

O poder público, como um dos pilares dessa tríade do desenvolvimento turístico, tem papel fomentador, organizador e promotor, estabelecendo políticas públicas necessárias de suporte aos investimentos privados. Conforme Beni (2019), o setor público, dentro do Sistema de Turismo, possui dispêndios e despesas diretas no turismo, como gastos com publicidade e funcionários do órgão responsável, mas também indiretos, vinculados à outras rubricas que integram a infraestrutura de apoio ao setor, como estradas, energia, saneamento e outros, que são base para o desenvolvimento geral de uma cidade. Desta forma, as ações e programas levados a efeito pelo setor público, com apoio da comunidade podem estimular o desenvolvimento turístico. Nessa direção, este trabalho tem o objetivo

de analisar os investimentos realizados e estratégias adotadas pelo município de Linha Nova/RS para desenvolver o turismo na cidade.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo é de natureza básica. Quanto aos objetivos é descritivo, onde o pesquisador registra e descreve os fatos evidenciados, porém, sem interferir neles, visando descrever as características de determinado fenômeno ou estabelecer relações entre variáveis (Prodanov; Freitas, 2013). Quanto aos procedimentos, caracteriza-se como um estudo *ex-post-facto*, que "permite a investigação de determinantes econômicos e sociais do comportamento da sociedade em geral" (Prodanov; Freitas, 2013: 65). Segundo os autores, este modelo de pesquisa possui uma análise correlacional entre variáveis e acontece após a consumação do fato, sendo que o investigador não possui controle sobre a variável independente.

A coleta de dados consistiu na pesquisa em documentos públicos, como leis, decretos e atos normativos, e publicações na imprensa local e regional, além de um relato pessoal do Servidor Municipal participante das ações realizadas. Este servidor atuou por 19 anos na Prefeitura da cidade, iniciando as funções em 2005, como Assessor de Planejamento, trabalhando em atividades de planejamento urbano e rural, Plano Diretor Municipal e políticas de desenvolvimento econômico. Em 2016, passou a ocupar o cargo de Diretor de Turismo e, em 2022, a Secretaria de Turismo, Cultura e Desenvolvimento, encerrando o ciclo ao final de 2024.

A análise e discussão dos dados foi realizada sob o paradigma qualitativo. O método qualitativo busca compreender o contexto em que um fenômeno ocorre, permitindo a observação de vários elementos em um pequeno grupo (Víctora *et al*., 2000). A análise dos dados coletados ocorreu pelo método de triangulação e categorização[1]. De acordo com Minayo *et al* (2005), a avaliação realizada por triangulação pode ser compreendida como uma dinâmica de trabalho e de investigação que integra a análise de: estruturas, processos e resultados; da visão dos envolvidos no projeto; e da compreensão das relações envolvidas ao se implementar as ações. A autora destaca ainda que triangulação significa a "combinação e o cruzamento de múltiplos pontos de vista; a tarefa conjunta de pesquisadores com formação diferenciada; a visão de vários informantes e o emprego de uma variedade de técnicas de coleta de dados que acompanha o trabalho de investigação" (p. 29). Com base no método descrito, serão apresentados a seguir os resultados encontrados, acompanhados da discussão e análise.

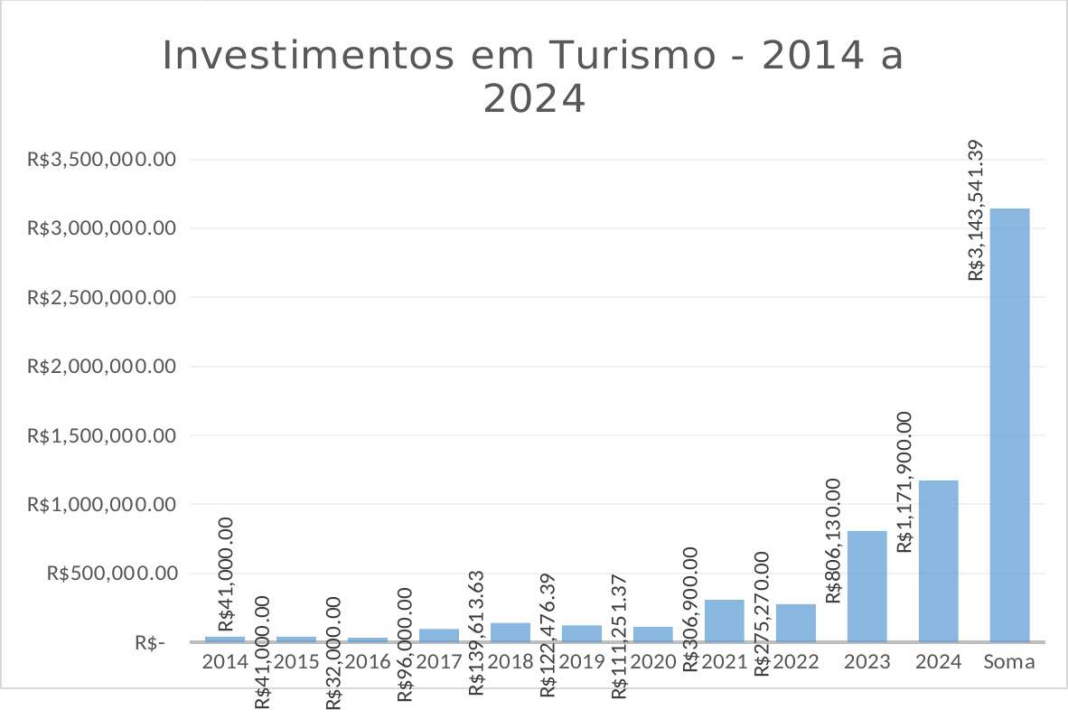
[1] A categorização, conforme Bardin (2004), consiste em classificar e reagrupar os elementos de um conjunto, de acordo com critérios predefinidos, recebendo um título genérico, que será o nome de cada categoria.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para analisar os investimentos em turismo realizados ao longo dos anos, foi elaborada a Tabela 1, considerando-se os valores orçados para cada ano e disponíveis no Portal da Transparência[2] da cidade de Linha Nova. Verifica-se que nos anos iniciais, 2014 a 2016, os valores são basicamente para investimento em eventos e divulgação institucional, sendo que em 2017 já se percebe um incremento de aproximadamente 300% no orçamento, em virtude da criação do Departamento de Turismo em 2016. Novo salto de mais de 300% nos investimentos acontece em 2023, com a criação da Secretaria de Turismo, Cultura e Desenvolvimento, a qual centralizou os orçamentos dispersos para eventos, divulgação e investimentos em infraestrutura turística. No último ano analisado, o turismo correspondia a mais de R$ 1,1 milhão, dentro do orçamento geral de R$ 24.900.315,00 da cidade, ou seja, cerca de 4,70%. Importante destacar que os valores orçados não significam despesas efetivamente realizadas ao final do exercício, uma vez que podem ocorrer suplementações ou reduções nas rubricas orçamentárias.

Tabela 1. Investimento em turismo realizados pela Prefeitura entre 2014 e 2024

[4] A categorização, conforme Bardin (2004), consiste em classificar e reagrupar os elementos de um conjunto, de acordo com critérios predefinidos, recebendo um título genérico, que será o nome de cada categoria.
[5] O Portal da Transparência da cidade de Linha Nova informa os dados online somente a partir do ano de 2014.



Fonte: Portal da Transparência de Linha Nova (2025)

[2] O Portal da Transparência da cidade de Linha Nova informa os dados online somente a partir do ano de 2014.

Todavia, cabe destacar que estes investimentos podem ser ainda maiores, pois, como enfatiza Beni (2019), há uma dificuldade em classificar os investimentos e retornos financeiros em turismo, justamente pela sua penetração em diferentes classificações, como serviços, comércio, indústria, viagens e outros. Assim, ainda segundo o autor, há uma dificuldade em identificar claramente o turismo como um setor econômico diferenciado, pois os bens e serviços que são vendidos à visitantes, turistas e moradores, são originários de vários ramos da produção, muitas vezes sem a possibilidade de individualizar a receita como sendo de turismo. Nesse viés, visando aumentar a participação do turismo na economia local, a administração de Linha Nova passa a adotar políticas de estruturação e incentivo ao turismo.

Embora os dados da Tabela 1 mostrem os investimentos no turismo a partir do ano de 2014, na percepção do Servidor Municipal, o ano de 2012 é o marco inicial para as ações, programas e eventos realizados em Linha Nova/RS visando o desenvolvimento do turismo na cidade. O município, apesar dos potenciais turísticos latentes, até o ano de 2012, havia empreendido poucas ações específicas para desenvolver o turismo. Aconteceram algumas participações pontuais de funcionários em cursos e qualificações sobre turismo, porém, não havia órgão ou pessoa designada como responsável direta pelo setor. Desta forma, foi considerado o ano de 2012, como o marco inicial das políticas de turismo, uma vez que em 25 de maio daquele ano a cidade passou a integrar oficialmente a Associação Rota Romântica - ARR, como o 14º município associado (Linha Nova, 2012)[3]. Conforme o Servidor, "foi a partir deste momento que se passou a ter um viés mais focado no turismo, ainda que os investimentos diretos da Administração não refletissem essa decisão".

Com base no relato do Servidor Municipal, foi elaborada uma linha do tempo, compreendendo o período de 2012 até 2024. A Figura 1 visa dinamizar a análise das políticas públicas e das estratégias adotadas, permitindo a compreensão dos impactos destas, através de uma ordenação temporal.

[3] A Lei nº 643, de 26 de abril de 2012, autorizou o poder Executivo a participar da Associação Rota Romântica e contribuir anualmente para a entidade (Linha Nova, 2012)

Figura 1. Investimento em turismo realizados pela Prefeitura entre 2014 e 2024



Fonte: Portal da Transparência de Linha Nova (2025)

As ações realizadas pelo município puderam ser organizadas em três áreas temáticas: políticas de promoção e posicionamento de marca; infraestrutura de apoio ao turismo; e políticas de sensibilização e qualificação para o turismo. As categorias encontradas serão analisadas na sequência.

3.1 POLÍTICAS DE PROMOÇÃO E POSICIONAMENTO DE MARCA

Nesta categoria foram agrupadas as ações relativas ao associativismo regional, programa de regionalização do turismo, construção de identidade turística da cidade, planejamento do turismo e investimento público para o apoio aos empreendimentos da cidade. Na Figura 1, as ações desta categoria estão destacadas na cor vermelha.

Como citado anteriormente, Linha Nova passou a integrar a Associação Rota Romântica em 2012. A Associação foi fundada em 22 de abril de 1996, inspirada e concebida a partir do roteiro homônimo (Romantische Strasse) que existe na Alemanha desde 1950. A Associação Rota Romântica possuía, em 2025, 14 munícipios associados e o intuito de promover e desenvolver coletivamente o turismo regional (Rota Romântica, 2022).

Integrar uma associação regional traz novas oportunidades econômicas, culturais e sociais. Como destaca Beni (2019: 520) é "significativo destacar que, com o objetivo de incrementar as funções econômicas e territoriais de uma cidade, se crie uma sinergia na qual as cidades relativamente similares cooperem entre si para ampliar suas possibilidades de organização em rede". Assim, a partir desta associação, a cidade passou a contar com divulgação regional, nacional e internacional realizada pela ARR, além da participação em capacitações, viagens técnicas, eventos e reuniões de planejamento

coletivo do turismo. A cidade também passou a plantar árvores de diversas espécies caducifólias, como plátanos, liquidâmbares e acers, consideradas símbolos e identidade visual da Associação, servindo de sinalização natural para os municípios participantes do roteiro (Rota Romântica, 2022).

Cabe destacar que, de 2012 até 2016, ainda não havia funcionário designado exclusivamente para o turismo, sendo que as tarefas, conforme o Servidor, "eram muitas vezes assumidas pelo próprio prefeito da época. Havia um entusiasmo, mas pouca experiência em como conduzir o turismo na cidade". Verifica-se que não havia órgão de turismo ou mesmo Conselho Municipal, instâncias que seriam incorporadas somente a partir de 2016, quando houve uma mudança importante na condução das políticas do turismo municipal, com introdução do processo de Regionalização do Turismo, proposto pelo Governo Federal, visando estruturar o Sistema Nacional de Turismo[4]. A lei determinou aos municípios com interesse de serem reconhecidos como turísticos, uma série de condicionantes para integrar o "Mapa do Turismo Brasileiro", instituído pela Portaria nº 313/2013. A partir desta portaria, o município deveria fazer parte de uma instância de Governança Regional de Turismo e indicar um interlocutor para representar a cidade neste órgão (Ministério do Turismo, 2013). Apesar de vigente desde 2013, as exigências só se aplicavam aos municípios com viés turístico, ou seja, até 2016 ainda não havia certeza de que investir no turismo seria uma prioridade. Desta forma, foi criado o Departamento de Turismo, vinculado ao Gabinete do Prefeito e instituído o Conselho Municipal de Cultura e Turismo[5], visando integrar o Sistema Nacional de Turismo e ampliar as políticas de desenvolvimento turístico na cidade. Destaca-se que a Política Nacional de Turismo (Brasil, 2024) busca planejar, estimular e desenvolver o setor turístico, daí a importância de as cidades estarem inseridas neste processo. Corroborando, Beni (2019) comenta que o turismo é uma atividade plurissetorial, necessitando de coordenação e planejamento para se desenvolver, sendo essa função exercida apenas pelo poder público.

Com a definição de investir no turismo, passou-se a trabalhar numa identidade turística para a cidade. Assim, buscou-se o reconhecimento do legado histórico e cultural deixado pelo imigrante alemão Georg Heinrich Ritter[6] e sua família. Desta forma, em 15 de agosto de 2017, Linha Nova foi declarada município "Berço das Cervejarias no Estado do Rio Grande do Sul" (Rio Grande do Sul, 2017). Concomitantemente, a edificação que serviu de sede para a antiga cervejaria de Georg Ritter, foi restaurada e passou a simbolizar materialmente o título de Berço das Cervejarias, servindo de

[4] Instituído pela Lei nº 11.771/2008 (Brasil, 2008) e alterado pela Lei nº 14.978/2024 (Brasil, 2024).
[5] Instituído pela Lei nº 778/2016 (Linha Nova, 2016) e alterado pela Lei nº 925/2019 (Linha Nova, 2019).
[6] Georg Heinrich Ritter imigrou da Alemanha em 1846 e se estabeleceu na cidade de Linha Nova, iniciando uma cervejaria em 1864. Aprendeu o ofício ainda na Europa e, depois, os filhos deram continuidade ao legado, assim, sendo considerados os primeiros a fazer cerveja de forma comercial no Estado do RS (Braun, 2013).

espaço de visitação e resgate histórico. Nessa linha, Moreira e Silva (2020) em sua pesquisa sobre o impacto do título de Patrimônio Mundial da UNESCO da cidade de Diamantina/MG no turismo, enfatizam que houve aumento da visibilidade e das possibilidades de investimento e uma melhoria nos equipamentos e serviços turísticos em virtude deste título. Porém, ressaltam que houve também um aumento da responsabilidade da gestão pública em executar políticas adequadas para preservação do patrimônio e desenvolvimento do turismo. Cabe ressaltar um fato ocorrido após a votação e aprovação do Projeto de Lei dando o título à cidade. Como ressalta o Servidor (2025), "um empresário que acompanhava a sessão, comentou que 'o Poder Público fez a sua parte. Agora a iniciativa privada precisa fazer a sua'". Esta declaração reflete o pensamento de Beni (2019), o qual propõe que a exploração de empreendimentos turísticos deve ser feita pela iniciativa privada, cabendo ao setor público tratar de serviços e equipamentos de apoio à atividade turística ou de infraestrutura.

Destaca-se que o título de Berço das Cervejarias contribuiu para um impulso inicial aos empreendimentos privados da cidade, com a abertura de duas cervejarias artesanais e aumento nos investimentos em divulgação turística. Inclusive, em 2018, verificam-se os primeiros movimentos de construção de um roteiro turístico, integrando atrativos públicos e privados, como o prédio restaurado da antiga Cervejaria Ritter, a Casa do Artesão, as Cervejarias recém-inauguradas e a Feira do Agricultor. Como ressalta o Servidor (2025), "havia uma ideia de roteirização, porém, ela surgiu de forma espontânea entre os empreendedores, sem qualquer apoio formal ou consultoria para qualificação, causando, inclusive, divergências conceituais sobre se deveria ser uma rota ou um roteiro". Neste caso, conforme o Ministério do Turismo (2007a, p. 19) uma rota é "um percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística, sendo considerado, [...], como um itinerário com base em um contexto histórico e/ou temático". Ou seja, uma mesma rota "pode contemplar vários roteiros e perpassar várias regiões turísticas". Ainda, segundo o Ministério, uma rota tem um ponto inicial e final, sendo o roteiro mais flexível, com um caráter mais circular, sem uma sequência de visitação (Ministério do Turismo, 2007).

O planejamento turístico é fundamental para o seu desenvolvimento ser ordenado e eficaz. Como menciona Beni (2019), o turismo, pelo seu alcance em diferentes campos de atividade, pode ser empregado para diversos fins, seja no campo econômico e social, como no campo cultural e político. Partindo dessa premissa, em 2021 o Departamento de Turismo realizou uma pesquisa do tipo *Survey*, via internet, abrangendo a população local e visitantes, com questões diversas sobre atividades,

potencialidades e estrutura local. Ao final, elaborou-se uma matriz FOFA[7] – Fortalezas, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças – visando analisar os dados e a elaboração de programas, ações e metas para o Plano Municipal de Cultura e Turismo. Albers, Barth e Renner (2021, p. 941) analisaram a matriz FOFA resultante do *Survey* realizado pelo Departamento de Turismo, e observaram que tanto residentes como turistas tinham uma percepção positiva em relação ao turismo, uma vez que "a cidade possui potencial para ser um destino turístico reconhecido, apesar de também demonstrarem algumas preocupações com aspectos inerentes ao processo, como a massificação, imigração e aumento de insegurança".

O Plano Municipal de Turismo foi inicialmente instituído em 2022, via Decreto Municipal nº 1.793/2022 (Linha Nova, 2022) e, posteriormente revogado pela Lei Municipal nº 1.222/2025, instituindo o Plano como lei (Linha Nova, 2025a). Desta forma, passa a ser uma política mais duradoura, perpassando mandatos dos prefeitos e necessitando de apoio legislativo e popular para eventuais alterações.

A analisar o Plano Municipal de Cultura e Turismo (Linha Nova, 2025a), verifica-se que a cidade possui ao menos quatro das seis etapas elencadas por Liberato e Vieira (2021) como básicas e indispensáveis para que se tenha um planejamento de sucesso: 1) análise de cenários, com um diagnóstico de fatores intervenientes; 2) análise do ambiente interno, realizado através da identificação de pontos fortes e fracos e oportunidades e ameaças; 3) definição de estratégias, elencando as ações e metas; 4) definição do modelo de negócio, elencando as responsabilidades e produtos, serviços e infraestrutura a serem trabalhados. Não foram identificadas as etapas 5) definição e indicadores de mensuração; e 6) monitoramento e avaliação dos resultados. Desta forma, acaba não sendo possível verificar se as ações e programas previstos na Lei estão atingindo os resultados propostos. Mensuração e monitoramento dos indicadores escolhidos são importantes para entender se o que foi proposto está de acordo com a realidade e se está atingindo o resultado esperado, sendo possível, com base nos indicadores escolhidos, realizar ajustes e propor mudanças para aumentar a eficácia do planejamento e da gestão do turismo (Liberato e Vieira, 2021).

Importante destacar que a elaboração deste plano municipal teve a colaboração de vários atores, entre eles, a comunidade, visitantes e turistas, legislativo e Conselho de Cultura e Turismo, garantindo um plano participativo. Como ressaltam Liberato e Vieira (2021, p. 200) o "envolvimento da comunidade e dos agentes de turismo é essencial para o desenvolvimento de um turismo sustentável,

[7] Segundo Daychoum (2013) a análise SWOT, ou FOFA em português, é uma metodologia simples e de fácil aplicação ao turismo, possibilitando a identificação do cenário atual do destino, através da análise de ambientes internos e externos do mercado.

uma vez que a apropriação da missão, objetivos e monitoramento dos resultados ajuda na melhoria contínua do plano".

O associativismo e o cooperativismo são estratégicos para o desenvolvimento turístico, especialmente em cidades pequenas, já que promovem cooperação, sustentabilidade e fortalecem as comunidades locais. Nessa linha, Arratia *et al.* (2022) destacam que o turismo deveria considerar o cooperativismo como um fator chave no desenvolvimento local, uma vez que promove a integração comunitária, governança e empodera o território. Baseada nessa ideia, a Administração Municipal buscou retomar o projeto de um roteiro, porém de forma mais profissional daquele tentado em 2018. Desta vez, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em parceria com a Prefeitura Municipal e uma cooperativa de crédito da região, orientou e capacitou onze empreendimentos locais através de consultorias coletivas e individuais, culminando na fundação de uma Associação de Turismo, em 2023. No ano seguinte, em 2024, essa associação criou uma Rota Turística, integrando os empreendimentos em roteiros guiados ou passíveis de visitação individual, através de agendamento, oferecendo experiências de bem-estar em meio à natureza. Salienta-se que a criação da associação surgiu dentro da consultoria, de forma natural, demonstrando um desejo comunitário de organização cooperativa. Como ressaltam Arratia *et al.* (2022), o turismo de base comunitária é uma ferramenta que pode auxiliar no desenvolvimento local pois, além de oferecer produtos e serviços, também é um meio de coesão social, educação, emancipação e promoção de uma visão sustentável.

O turismo possui forte potencial de integrar regiões, especialmente cidades pequenas em desenvolvimento, com ofertas complementares de atrativos. Como ressalta o Ministério do Turismo (2024, p.66),

> "a ideia de desenvolvimento regional no turismo vai além da simples promoção de destinos isolados. Ela busca criar redes e conectar diferentes localidades, promovendo a complementariedade entre elas e estimulando a desconcentração de visitantes. Essa abordagem favorece o desenvolvimento econômico de múltiplas regiões, contribuindo para reduzir as desigualdades e para a sustentabilidade do setor".

Nesse viés, a Administração de uma cidade vizinha, convidou os empreendimentos da associação de Linha Nova para participar de uma qualificação promovida pelo SENAR[8] – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – visando trabalhar em conjunto a complementaridade de serviços

[8] O Senar "é uma instituição responsável por criar e promover ações de formação profissional e atividades de promoção social dirigidas às famílias rurais, a fim de contribuir na profissionalização, integração na sociedade e melhoria da qualidade de vida desse público" (Senar, 2025, sp).

turísticos entre as duas cidades. Como resultado, dois empreendimentos de Linha Nova participaram do curso e hoje integram mais esta rota turística, de caráter regional.

Considerando que um dos papeis do Poder Público é criar condições para que a iniciativa privada possa investir e impulsionar o crescimento econômico e social, em 2023 foi promulgada a Lei Municipal nº 1.045/2023, instituindo o PROTUR – Programa de fomento ao Turismo e Desenvolvimento, visando "o fortalecimento, diversificação e expansão do setor turístico de Linha Nova, com consequente geração de empregos, renda e retorno tributário" (Linha Nova, 2023, p.1). A lei atende empreendimentos de diversas áreas e possibilita a concessão de até dezoito diferentes incentivos, sejam fiscais, materiais ou de apoio financeiro e de maquinário próprio da Administração. Desde a criação da lei, até o momento deste artigo, oito projetos foram contemplados, abrangendo meios de hospedagem, agroindústria familiar, turismo rural, espaços de eventos e cafeteria[9], perfazendo mais de R$ 143 mil em investimento financeiro direto, além de horas de máquinas da Secretaria de Obras e investimentos indiretos. Segundo Beni (2019, p. 29), ao Estado compete "o investimento social não só na infraestrutura de apoio à atividade, mas também na implantação de programas de turismo socializado", ou seja, é competência dos governos criar formas de apoiar o desenvolvimento social, através de políticas públicas específicas.

A lei do PROTUR elenca, em seu artigo 3º, algumas diretrizes norteadoras, focadas principalmente na sustentabilidade, geração de renda, inclusão social e preservação e resgate da diversidade cultural que compõe a cidade. Verifica-se que estas diretrizes conversam com as recomendações de Beni (2019, p. 197), segundo o qual os programas e políticas devem, em primeiro lugar buscar a "preservação do patrimônio cultural, artístico, histórico, documental e paisagístico natural", sendo que os "órgãos e entidades ligados ao turismo articular-se-ão perfeitamente para esse fim, com as organizações públicas e privadas, na conservação dos recursos naturais renováveis e dos valores culturais nacionais". Ainda, conforme o autor, em segundo lugar, as políticas de turismo devem ter "forte presença da dimensão social em todas as suas manifestações", para que os resultados atingidos sejam profundos e duradouros.

3.2 INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO

Nesta categoria foram elencadas as ações marcadas com a cor verde na Figura 1, ou seja, sinalização turística, atrativos turísticos públicos e melhorias em estruturas viárias e espaços públicos da cidade.

[9] Os projetos foram autorizados pelo Legislativo Municipal, através das Leis nº 1.088/23; 1.096/23; 1.097/2023; 1.098/23; 1.153/24; 1.1054/24; 1.1055/24; e 1.192/25 (Linha Nova, 2025d).

A sinalização é fundamental para qualificar qualquer destino turístico. Desta forma, em 2013, uma aluna de graduação em Design, moradora da cidade de Linha Nova, propôs um projeto de sinalização institucional e turístico ao município. Este projeto, elaborado em uma das disciplinas do curso, contemplava placas direcionais, informativas, de identificação de ruas, praças e atrativos, buscando orientar e informar cidadãos e visitantes. A sinalização turística consiste em aplicar elementos visuais em determinado ambiente, visando garantir o acesso fácil às informações e possibilitar um deslocamento acessível (Silva e Melo, 2012). Para garantir isso, o Guia Brasileiro de Sinalização Turística orienta que deve haver uma padronização, com cores, formas e dimensões que possibilitem a imediata identificação e assimilação da mensagem (IPHAN, 2001).

O projeto de sinalização proposto em 2013, porém com algumas atualizações e adaptações, foi efetivamente licitado e instalado entre 2019 e 2020, abrangendo todas as ruas e avenidas do município, incluindo o Centro da cidade e as vias rurais, além de prédios públicos, praças e o Parque Municipal. Na Figura 2, exemplos desta sinalização, com detalhes do projeto proposto e sua instalação.

Figura 2. Projeto e sinalização instalada



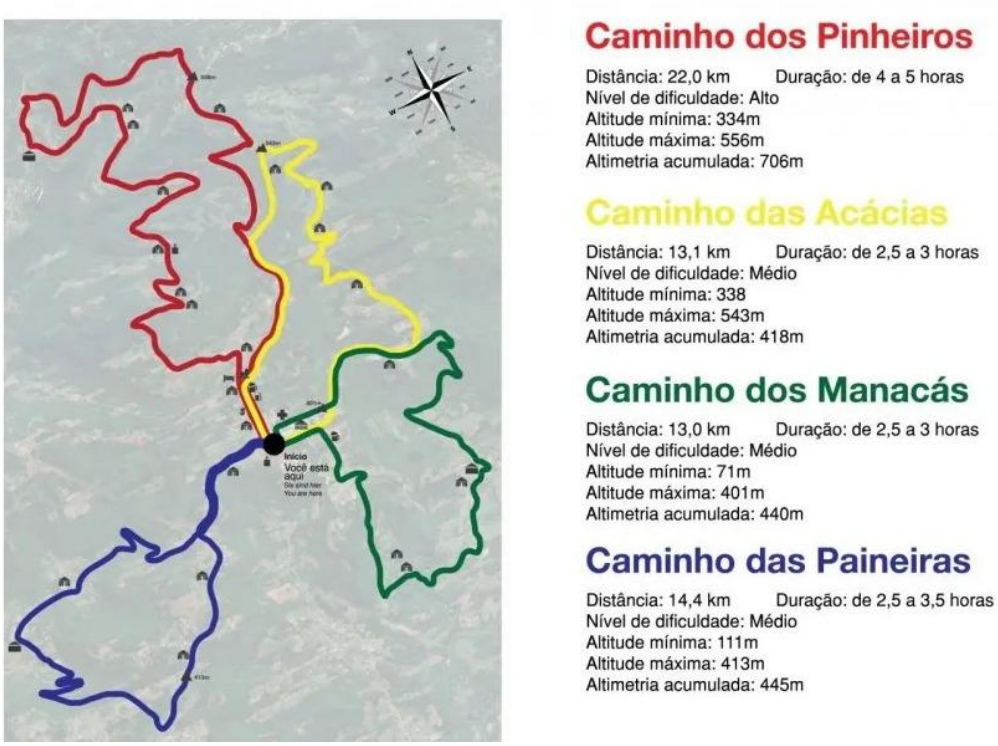
Fonte: Os Autores, 2025

Houve uma preocupação com o desenho da sinalização, para que fosse eficiente e integrada ao ambiente, pois, como enfatiza Beni (2019, p. 268), “os cuidados com sinalização e propaganda, iluminação, dimensionamento e balanço dos volumes construídos e densidade de construção podem valorizar ou destruir um destino”. Assim, as placas trazem elementos que remetem à cultura local ao

mesmo tempo em que incorporam cores e tipografias comuns, com tamanhos adequados aos locais de instalação.

Outra ação estruturante de iniciativa pública, foi a implantação do atrativo chamado de "Spassweg"[10]. O Departamento de Turismo realizou o mapeamento de quatro roteiros com distâncias e dificuldades variadas, para serem percorridos de forma autoguiada, seja a pé, de bicicleta ou mesmo de carro. Cada roteiro ganhou uma cor e um nome específico, sendo percorridos de forma circular, com saída e chegada no Parque Municipal Georg H. Ritter, no Centro da cidade. Na Figura 3, exemplo do material sobre os roteiros, encontrado no sítio oficial da Prefeitura de Linha Nova.

Figura 3. Material de divulgação dos Caminhos Autoguiados "Spassweg"



Fonte: Sítio da Prefeitura de Linha Nova (2025a)

As placas indicativas de direção e distância, conforme Figura 4, foram instaladas em parceria com a Secretaria de Obras Públicas, Viação e Trânsito, no início de 2020, antes da decretação da Pandemia de COVID-2019. O fato de ter estes caminhos mapeados e sinalizados ajudou a alavancar a cidade como local para turismo de natureza e esportes ao ar livre durante a pandemia, já que eram atividades que podiam ser realizadas de forma isolada e sem contato próximo com muitas pessoas. Quando tais atividades foram permitidas, houve aumento do fluxo de visitantes, ajudando, também, a

[10] O nome Spassweg (lê-se xpassvêg), em alemão, pode ser traduzido como 'caminho de diversão' ou 'caminho prazeroso'. Spass significa também aquilo que eu gosto de fazer e que me deixa feliz (Linha Nova, 2025b).

consolidar eventos de caminhadas, corridas e de bicicleta. Os mapas em formato GPS também estão disponíveis para *download* na página da Prefeitura de Linha Nova, facilitando a realização do percurso com o uso de aplicativos de celular ou dispositivos de localização por satélite.

Figura 4. Sinalização dos Caminhos Autoguiados "Spassweg"



Fonte: Sítio da Prefeitura de Linha Nova (2025a)

Com o objetivo de ser um espaço para fotografias e vídeos, abrangendo, principalmente, a divulgação da cidade em redes sociais, durante a Heimatfest de 2023, foi inaugurado um letreiro turístico, localizado ao lado da casa histórica do cervejeiro Ritter. Conforme ressalta o Ministério do Turismo (2026), as redes sociais são poderosas plataformas de comercialização, inspiração e divulgação dos destinos, especialmente para as novas gerações hiperconectadas e que buscam dicas e informações úteis em imagens e vídeos curtos. Como visto na Figura 5, o letreiro, criado voluntariamente por uma designer da cidade, traz elementos da cultura cervejeira, como o caneco e as cores que remetem à cerveja. Além disso, aparece a inscrição "Ich" ao lado do coração estilizado, podendo ser lido em alemão como "Ich liebe Linha Nova" ou "Eu amo Linha Nova", remetendo diretamente ao legado cultural dos imigrantes alemães na cidade.

Figura 5. Letreiro “Ich liebe Linha Nova”



Fonte: Os Autores, 2025

Ainda na linha de investimentos públicos, a Administração promoveu no ano de 2024, a revitalização de espaços e vias públicas do Centro da cidade, abrangendo praças, o Parque Municipal e a rua principal. Estes investimentos buscaram qualificar os locais e proporcionar maior conforto e atratividade para turistas e moradores. Foi disponibilizado, inclusive, um local para estacionamento de veículos de recreação, com estrutura de água, energia e disposição final de dejetos, servindo de Ponto de Apoio aos viajantes. Além disso, o Parque Municipal recebeu ainda *playgrounds* de recreação para crianças, estação de recarga de baterias para carros elétricos, estação de reparo para bicicletas, pergolados, palco para eventos ao ar livre, novo paisagismo, academia ao ar livre e churrasqueiras. A via principal da cidade recebeu novo pavimento asfáltico, já que o antigo estava deteriorado após mais de 25 anos de uso e aumento do tráfego. Nesse sentido, conforme Beni (2019, p.310), “outra dimensão de 'agente governo' em uma economia de mercado é seu papel de facilitador do setor produtivo como principal provedor da infraestrutura de apoio”. O autor ainda afirma que o processo do turismo é desenvolvido de forma mais eficiente quando está disponível uma infraestrutura de apoio, principalmente de transporte, comunicações, saneamento básico e ambiental, além de serviços públicos.

3.3 POLÍTICAS DE SENSIBILIZAÇÃO, QUALIFICAÇÃO E DIVULGAÇÃO

Esta terceira categoria é composta pelas diferentes políticas e ações marcadas na cor azul na Figura 1, compreendendo o Fórum de Turismo, eventos culturais e tradicionais e a realização de um concurso fotográfico.

Como política de sensibilização para o turismo e seus impactos, a Administração Municipal lança o Fórum Municipal de Turismo, visando despertar a atenção da população e dos empreendedores locais, além de apresentar o turismo como uma alternativa para diversificar os negócios e agregar valor.

Na primeira edição do fórum, realizado em 13 de junho de 2018, também foi apresentada uma pesquisa realizada com moradores e visitantes, evidenciando que a cidade possuía potencial turístico e que deveria focar no setor para desenvolver a cidade (Linha Nova, 2025a). O Ministério do Turismo (2007b: 23), define algumas estratégias para sensibilizar o "setor público e privado, e à própria comunidade, acerca da importância e das vantagens em estruturar, aumentar e diversificar a oferta turística" e, dentre estas, incentiva a promoção de eventos, como reuniões, oficinas, seminários e outros, com a participação dos representantes dos mais variados setores da sociedade. Excetuando-se o ano de 2020, em razão da Pandemia de COVID-19, o fórum vem sendo realizado anualmente e reunindo os mais diversos setores econômicos e sociais locais e regionais (Linha Nova, 2025c).

Eventos, conforme o Ministério do Turismo (2007a), podem ser uma das formas de promoção turística, aproximando o produto ou serviço de distribuidores e clientes, levando os visitantes a permanecerem mais dias no local de destino e "reforçando o papel dos eventos como catalisadores da demanda e oportunidades estratégicas para ampliar permanência, distribuição de fluxo e impacto econômico no turismo" (Ministério do Turismo, 2026: 21). Nessa linha, a cidade de Linha Nova promove uma festa chamada "Heimatfest[11] ". A primeira edição foi em 1994 e em 2013 passou a ocorrer nos anos ímpares, com exceção do período da Pandemia de COVID-19, entre 2020 e 2022. A festa teve um incremento gradual a cada edição, entretanto, em 2019, houve um aumento no investimento público, permitindo a contratação de atrações mais conhecidas e a diversificação da praça de alimentação, feira comercial e divulgação. Como resultado, houve um aumento considerável do público e da arrecadação na festa. Neste ponto, cabe destacar que a festa ocorre no Parque Municipal Histórico Georg Heinrich Ritter, no Centro da cidade, sem a cobrança de ingresso e com a participação voluntária de entidades e associações do município, que administram a festa e a praça de alimentação, bem como somente as cervejarias locais são autorizadas a participar. Esta forma de organização visa atrair o público, divulgar a cidade e seus atrativos e fazer com que as receitas permaneçam com as associações e empresas locais, sendo reinvestidas nas atividades destas.

Verifica-se que os eventos culturais, festivais e semelhantes podem ser indutores de visitação e atrativos importantes para as cidades. Nessa linha, a pesquisa de Knupp *et al.* (2021) não só reforça a importância dos eventos, como também aponta para a necessidade de mais investimentos nesse segmento, visto o potencial na geração de emprego, renda, cultura e integração social para os destinos. Com a experiência bem-sucedida de 2019, a programação da festa de 2021 estava sendo pensada para

[11] Heimat em alemão, não tem tradução literal para o português, mas tem significado aproximado com amor à pátria, ao lar, ao local que se sente bem, muito ligado à terra natal. Fest, significa festa. Assim, a festa que celebra a cidade como terra natal dos que um dia saíram e dos que hoje nela moram.

ser ainda maior, porém, o planejamento foi interrompido pela Pandemia de COVID-2019, sendo cancelada e retomada em 2023, na sua 8ª edição. Destaca-se que esta foi, até o momento a maior edição da festa, tanto em público como em retorno financeiro, aumentando a visibilidade do evento e consolidando a Heimatfest como a principal festa da cidade.

A Administração Municipal empossada em 2017 percebia os eventos como um investimento em divulgação da cidade e, dessa forma, criou mais dois eventos com focos diferentes: O Festival Sons da Primavera, anualmente em setembro e o Natal em Cores, iniciando em novembro e terminando na virada do ano. O Festival Sons da Primavera teve duas edições, em 2023 e 2024. O Natal em Cores ocorreu entre 2021 e 2024. Dessa forma, houve incentivo ao comércio local nestes eventos, com isenção de aluguel e disponibilização de estrutura para empresas e associações locais e cobrança de aluguel somente para empresas de outras cidades, mas sempre em valores inferiores à média praticada na região. Estas festas e eventos tinham como objetivo marcar presença na região, divulgar o município e suas atrações e diversificar a matriz econômica local, uma vez que a Serra Gaúcha, especialmente as cidades próximas de Gramado, Canela e Nova Petrópolis, são nacionalmente conhecidas pelos seus eventos. Nas palavras do Servidor (2025), "um exemplo de sucesso é a festa de virada de ano, iniciada em 2022, com a participação de aproximadamente mil pessoas, cresceu e teve mais de cinco mil na edição de 2024". Corroborando, os resultados da pesquisa de Abou-Shouk *et al*. (2024) mostraram que os eventos ajudam na melhoria da imagem do destino e auxiliam no aumento da intenção de visita. Os autores ainda citam diversas recomendações para que um evento tenha sucesso, entre elas: colaboração entre organizadores e prestadores de serviços locais; diversificar os tipos, formatos e locais dos eventos, para diminuir efeitos de sazonalidade; engajar os atores locais para promover o evento e o destino anfitrião; deixar evidenciada a identidade do destino, destacada em materiais de promoção, entre outras estratégias.

Além do poder público, associações sem fins lucrativos e outros grupos organizados perceberam que as caminhadas organizadas poderiam ser uma importante fonte de renda e de divulgação de suas atividades. Apesar de os eventos de caminhada em Linha Nova terem iniciado em 2010, de forma isolada, com uma associação local organizando passeios ecológicos, foi a partir de 2017 que houve um crescimento significativo desse tipo de evento e no número de participantes, com uma média de 7 a 8 por ano e com a participação de mais de 300 pessoas por edição (Albers, Barth e Goldmeyer, 2024). Conforme enfatizam os autores,

> existe uma relação positiva entre eventos de caminhada e o desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo. Os organizadores estão conscientes do impacto que a organização deste tipo de atividade pode entregar às comunidades locais e os participantes cada vez mais buscam conhecer outros lugares, ter novas experiências, socializar e manter hábitos saudáveis. (p. 25)

Importante considerar que a realização de eventos organizados ou a disponibilização de roteiros de caminhada pré-definidos, como no caso dos caminhos "Spassweg", tendem a ser indutores de visitação e ter impacto positivo na economia da cidade, pois tem potencial de movimentar hospedagens, gastronomia e proporcionar a contratação de produtos e serviços locais (Albers, Barth e Goldmeyer, 2024). Cabe destacar que a diversificação dos eventos e a criatividade na concepção destes, também permite a renovação do público e proporciona novas experiências aos visitantes. Conforme os autores, os eventos estão evoluindo e se adaptando ao crescente mercado de experimentações e sensações individualizadas.

Dentre as ações pensadas para divulgar a cidade e seus potenciais turísticos e culturais, foi criado um Concurso Fotográfico, aberto para visitantes e moradores, com premiação para as melhores fotos escolhidas por um júri e a exibição de todas as imagens na sede da Secretaria de Turismo, Cultura e Desenvolvimento. Foram realizadas quatro edições, de 2021 a 2024, com mais de duzentas imagens enviadas e aptas a concorrer. Segundo o Servidor (2025) o concurso "objetivava a formação de um banco de imagens do município e divulgar suas belezas, além de incentivar talentos da fotografia". Dentre as categorias do concurso, estavam "Turismo e Natureza"; "Tradição Rural"; "História e Cultura"; e "Livre". O Servidor (2025) ainda reforça que "as fotos vencedoras ilustravam o Calendário Anual de Eventos da cidade, outra forma de levar as imagens aos munícipes e visitantes, que recebiam o calendário gratuitamente". Conforme Scarles (2012), a fotografia pode abrir novas possibilidades de compartilhar e mobilizar a identidade cultural e pode estimular o orgulho local e o intercâmbio entre culturas.

Como resultado das ações apresentadas, verifica-se um incremento no número de empreendimentos turísticos ou de apoio ao turismo construídos ou ainda em fase de construção. Comparativamente ao ano de 2012, percebe-se: aumento de um para oito estabelecimentos de hospedagem; implantação de um parque privado de lazer; uma nova cafeteria; uma agroindústria familiar; criação e instalação de três cervejarias, sendo que duas possuem atendimento local ao público; criação de uma rota turística; espaços de turismo rural com visitação; implantação de quatro locais para acampamento; aumento de um para três restaurantes com atendimento em finais de semana e feriados; além da implantação de espaços para eventos privados e dois alambiques, ainda em fase de construção. Segundo o Servidor (2025), "os resultados da soma de diversas pequenas ações vem demonstrando que as políticas públicas aliadas à vontade dos empreendedores podem ajudar a alavancar as pequenas cidades no turismo".

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou analisar os investimentos realizados e as estratégias adotadas pelo município de Linha Nova/RS para desenvolver o turismo na cidade. Como município com menos de dois mil habitantes, a decisão dos gestores públicos de investir no turismo como fator de desenvolvimento necessitou de ações em vários níveis. Verifica-se que as ações iniciais tiveram o objetivo de dotar a cidade de sinalização e integrá-la a estruturas maiores e regionais, como associações de turismo e de governança regional, buscando a assessoria e conhecimento de pessoas e organizações com maior experiência no setor. Em seguida, verifica-se o movimento de sensibilizar a comunidade e o empresariado local, promover o destino turístico e ampliar a visibilidade regional. Num terceiro momento, políticas públicas de investimento em infraestrutura e apoio financeiro aos empreendimentos colaboraram para o incremento da oferta turística.

Importante destacar que cabe às cidades, independentemente de seu tamanho, organizar suas estruturas locais, visando um turismo sustentável econômica, social e ambientalmente. O planejamento deve partir da experiência conjunta entre a comunidade, a iniciativa privada e apoio do poder público, de forma a construir um plano de desenvolvimento baseado na realidade local, com demandas reais e que fazem sentido aos envolvidos, sem extravagâncias e metas inatingíveis.

Verifica-se que as ações tomadas abrangem diversos setores econômicos e sociais, porém, destaca-se que não houve a participação direta de um profissional com formação específica no planejamento turístico: o turismólogo. É de suma importância o conhecimento que este profissional pode trazer ao processo, mostrando meios comprovadamente exitosos no turismo, bem como caminhos alternativos baseados na experiência pessoal e comunitária. Talvez, pela estrutura pública enxuta ou pela pouca representatividade econômica do setor turístico na receita tributária local, a Administração tenha optado por trabalhar sem um turismólogo.

Registra-se algumas limitações na pesquisa, como acesso a algumas informações não disponíveis publicamente e somente elencadas pelo servidor, ou em jornais e sítios eletrônicos que não estão na rede mundial de computadores, mas somente em publicações físicas. Também se ressalta que não foram realizadas entrevistas com os prefeitos do período analisado, as quais poderiam enriquecer os resultados encontrados. Como sugestões de pesquisas posteriores, poderiam ser realizados estudos comparativos entre cidades vizinhas ou mesmo com cidades de mesmo porte em diferentes estados ou regiões, objetivando avaliar quais as melhores práticas adotadas pelas cidades para alavancar o turismo.

O turismo cresce anualmente e as cidades pequenas também podem participar deste movimento, seja através do turismo rural ou de aventura, seja por meio de eventos e atividades de

lazer. É necessário planejamento conjunto, sensibilização e participação comunitária, infraestrutura básica e atrativos estruturados para bem receber aos visitantes. Com ações simples e econômicas, porém focadas e eficientes, as cidades podem desenvolver o turismo, alcançar a diversificação econômica e promover igualdade social.

REFERÊNCIAS

Abou-Shouk, M., Mannaa, M. T., Zouair, N., Alzboun, N., & Abdel-Jalil, M. (2024). Local events' marketing mix effect on visit intentions: Destination image as a mediator. *Journal of Tourism and Services, 15*(28), 188–209. https://doi.org/10.29036/jots.v15i28.663

Albers, C., Barth, M., & Goldmeyer, D. B. (2024). Landscapes, walking and leisure: A systemic approach of tourism development in Linha Nova/RS. *Licere, 27*(2). https://doi.org/10.35699/2447-6218.2024.53534

Albers, C., Barth, M., & Renner, J. S. (2021). A estrutura turística da cidade de Linha Nova/RS: A percepção de pessoas da comunidade e visitantes. In *III Congresso Internacional de Diálogos Interdisciplinares: Comunicação digital e futuros possíveis* (Vol. 3, pp. 932–942). Universidade Feevale. https://www.feevale.br/Comum/midias/dfac4ef3-4ccc-43ba-9707-25a1ffa34add/CIDI%202021.pdf

Arratia, *et al.* (2022). https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/26228/PS_20_1%20_(2022)_13.pdf

Bardin, L. (2004). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Brasil. (2008). *Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm

Brasil. (2024). *Lei nº 14.978, de 18 de setembro de 2024*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2023-2026/2024/Lei/L14978.htm

Braun, F. K. (2013). *História de Linha Nova: 1847–1945*. Oikos.

Daychoum, M. (2018). *40+20 ferramentas e técnicas de gerenciamento* (7ª ed.). Brasport.

Fernandes, P. H. C. (2018). O urbano brasileiro a partir das pequenas cidades. *Revista Eletrônica Geoaraguaia, 8*(1), 13–31. https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/geo/article/download/6981/4579/23346

Franz, M., Andreoli, T., & da Silva, (2021). Gestão participativa, práticas de governança e o desenvolvimento sustentável em cidades turísticas de pequeno porte. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612021000200095&script=sci_arttext&tlng=en

IBGE. (2022). *Censo demográfico 2022*. https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/?localidade=4311643

IBGE. (2025). *Cidades@ – Linha Nova (RS)*. https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/linha-nova/panorama

IPHAN. (2001). *Guia brasileiro de sinalização turística*. http://portal.iphan.gov.br/files/Guia_Embratur/conteudo/principal.html

Knupp, M. E. C. G., Volta, C. L. C. C., Navarro, R. A. D., & Silveira, R. A. C. (2021). Os festivais e seus impactos para os destinos turísticos: O caso do Festival de Inverno de Ouro Preto/MG. *Revista*

Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo, 15(1). http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/raoit/article/view/6082

Liberato, & Vieira. (2021). *Planejamento municipal do turismo: Estratégias e práticas*. https://www.ifs.edu.br/images/EDIFS/ebooks/2021/Planejamento_Municipal_do_Turismo_-_Estrat%C3%A9gias_e_Pr%C3%A1ticas.pdf

Linha Nova. (2012). *Lei municipal nº 643, de 26 de abril de 2012*.

Linha Nova. (2016). *Lei municipal nº 778, de 3 de fevereiro de 2016*.

Linha Nova. (2019). *Lei municipal nº 925, de 22 de novembro de 2019*.

Linha Nova. (2022). *Decreto municipal nº 1.793, de 7 de fevereiro de 2022*.

Linha Nova. (2023). *Lei municipal nº 1.045, de 21 de fevereiro de 2023*.

Linha Nova. (2025a). *Lei municipal nº 1.222, de 1 de agosto de 2025*.

Linha Nova. (2025b). *Spassweg – Caminhos autoguiados*. https://www.linhanova.rs.gov.br/site/spassweg

Linha Nova. (2025c). *7º Fórum Municipal de Turismo*. https://www.linhanova.rs.gov.br/site/noticias/1658/7-forum-municipal-de-turismo

Linha Nova. (2025d). *Portal da transparência*. https://linhanova.cittaweb.com.br/citta/#/transparencia/fiscal/leisOrcamentarias

Minayo, M. C. S., Souza, E. R., Constantino, P., & Santos, N. C. (2005). Métodos, técnicas e relações em triangulação. In M. C. S. Minayo, S. G. Assis, & E. R. Souza (Orgs.), *Avaliação por triangulação de métodos: Abordagem de programas sociais* (pp. xx–xx). Fiocruz.

Ministério do Turismo. (2007a). *Promoção e apoio à comercialização*. https://regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/promocao_e_apoio_a_comercializacao.pdf

Ministério do Turismo. (2007b). *Objetivos e estratégias*. https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/programa-de-regionalizacao-do-turismo/modulos-operacionais-do-programa-de-regionalizacao/modulo_operacional_1_sensibilizacao.pdf

Ministério do Turismo. (2013). *Portaria nº 313, de 3 de dezembro de 2013*.

Ministério do Turismo. (2024). *Plano nacional do turismo 2024–2027*. https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/planos/plano-nacional-do-turismo/PLANONACIONALDETURISMOV431.10PORTAL.pdf

Ministério do Turismo. (2026). *Revista tendências do turismo 2026*. https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/rede-inteligencia-mercado/revista-tendencias-2026-v02_compressed.pdf

Moreira, E., & Silva, E. L. (2020). Patrimônio cultural e desenvolvimento turístico: A evolução do turismo em Diamantina/MG/Brasil. In C. H. Henriques *et al.* (Orgs.), *Turismo & história: Perspectivas sobre o patrimônio da humanidade no espaço ibero-americano*. Educs.

Prodanov, C. C., & Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico* (2ª ed.). Feevale.

Rio Grande do Sul. (2017). *Lei nº 15.024, de 15 de agosto de 2017*. https://leisestaduais.com.br/rs/lei-ordinaria-n-15024-2017-rio-grande-do-sul-declara-o-municipio-de-linha-nova-berco-das-cervejarias-no-estado-do-rio-grande-do-sul

Scarles, C. E. (2012). The photographed other: Interplays of agency in tourist photography in Cusco, Peru. *Annals of Tourism Research, 39*(2), 928–950. https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.014

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. (2025). *O SENAR*. https://www.senar-rs.com.br/o-senar

Silva, & Melo. (2012). https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/488/563

World Travel & Tourism Council. (2025). *Travel & tourism: Economic impact 2025*. https://researchhub.wttc.org/product/factsheet-world-travel-tourism-economic-impact-research