



Tui (Pontevedra) · Segunda-feira 20 Abril 2026

Sessão formativa presencial (I de II) para
empresas turísticas do território do Rio Minho

MÓDULO I · TURISMO CULTURAL: FUNDAMENTOS E CONTEXTO

👉 “Como passar de oferecer serviços... a conceber
experiências”

Formadora: Maite Vence · Diretora de Observer



Maite Vence

Directora de ObserverScienceTourism.com

Consultora, divulgadora y editora de guías de viaje con más de quince años de experiencia en turismo científico, sostenible e interpretación del patrimonio.



- Fundadora y directora de **ObserverScienceTourism.com**, una certificación de calidad y **plataforma especializada en turismo científico**, dedicada a la creación de experiencias, contenidos y destinos que integran ciencia, cultura y territorio.

Consultora en **proyectos internacionales en Brasil, Cabo Verde, Italia, Argentina.**

Formación Académica

Licenciada en Economía por la **Universidad de Santiago de Compostela** y la **Università di Pisa**, cuenta con posgrados en **Comunicación Audiovisual** y **Economía de la Innovación** por la **Universidad de Santiago de Compostela**. Inició su etapa investigadora en el grupo ICEDE de la USC, centrándose en economía de la cultura y desarrollo territorial.



Gestión de Proyectos

Desde **FAZ Cultura e Desenvolvimento S.L.**, consultora que también dirijo, coordino proyectos para diversas administraciones públicas como la **Deputación da Coruña**, **Deputación de Lugo**, **Xunta de Galicia**, **Diputación de Zaragoza**, etc.



Turismo Sostenible y Divulgación

Dirección de proyectos vinculados al **turismo sostenible** y a la **divulgación científica y ambiental**, incluyendo el **Plan de Rutas Sostenibles en la Comarca del Eume**, programas de formación de **Guías-Intérpretes del Geoparque Cabo Ortegal**, y el proyecto **"A Mariña Lucense de Ornitología"**. También coordino un **programa de investigación escolar** sobre **cambio climático** en Institutos de secundaria.



Publicaciones y Medios

Publicación y coordinación de más de veinte **guías de naturaleza y divulgación científica**. Colaboración con medios de comunicación como **La Voz de Galicia**, **GCiencia**, **Quo** o **Diario de León**. Autora del libro juvenil **"Estrelas Galegas da Ciencia"** de **Hercules Ediciones**.



Innovación y Mentorship

Desarrollo de **planes estratégicos de turismo sostenible y vitivinícola**. Mentora en programas de innovación turística como **TurisLab Galicia** (Xunta de Galicia).



Scaneaia o código para acceder à
lista de presenza

Conteúdos da Sessão

01

Introdução

O turismo cultural como motor de desenvolvimento local em territórios rurais e fluviais.

03

Por que falar de turismo cultural?

A mudança no comportamento do turista e a busca de experiências autênticas.

02

Perguntas de diagnóstico

Reflexão inicial sobre o conhecimento e a experiência das empresas participantes.

04

O que é o turismo cultural

Definição, tipos de património, atividades e exemplos aplicados ao Rio Minho.

Introdução / contexto da sessão de hoje

Nesta sessão trabalharemos o papel do **turismo cultural como motor de desenvolvimento local**, especialmente em territórios rurais e fluviais como o Rio Minho.

O objetivo não é apenas compreender o que é turismo cultural a partir de um ponto de vista teórico, mas entender como pode ser aplicado nas empresas turísticas do território: alojamentos, restaurantes, adegas, guias ou empresas de atividades.

A mensagem-chave: o património cultural não apenas se preserva, também impulsiona experiências, rendimentos e novas oportunidades para as comunidades locais.



**👉 O turismo está mudando.
O visitante já não busca apenas
ver...
busca viver, aprender e participar.**



Objetivos da Sessão I de II

1

Compreender o turismo cultural

O que significa realmente e como evoluiu: hoje não se trata apenas de visitar monumentos, mas de viver experiências vinculadas com a cultura local.

2

Contexto do Rio Minho

Entender as características particulares do destino: território transfronteiriço, rural, fluvial e com uma identidade cultural muito forte.

3

Identificar recursos culturais

Aprender a reconhecer os recursos do território que possam ser convertidos em experiências turísticas.

4

Criar produtos diferenciados

Refletir sobre como cada empresa pode aproveitar estes recursos para criar produtos turísticos autênticos.

BLOCO 1

Diagnóstico inicial: 6 perguntas

DURAÇÃO: 45 minutos

PERGUNTAS DE DIAGNÓSTICO

Estas perguntas servem para obter informação sobre o nível de conhecimento e experiências das empresas participantes e iniciar o debate coletivo.

PERGUNTA 1

O que é o turismo cultural para vocês?

Quando pensam em turismo cultural, que tipo de atividades ou experiências vos vêm primeiro à cabeça?





PERGUNTA 2

Recursos sem aproveitar

Acham que, no vosso território, existem recursos culturais que ainda não estão a ser aproveitados turisticamente? Quais?

PERGUNTA 3

Vossa experiência atual

Alguma de vossas empresas oferece atualmente alguma atividade ou experiência relacionada com a cultura local: história, gastronomia, tradições, artesanato?



PERGUNTA 4

O que os turistas buscam?

O que acreditam que os turistas realmente buscam quando visitam destinos rurais como o Rio Minho: paisagem, cultura, gastronomia, atividades ou uma combinação de tudo?





PERGUNTA 5

Dificuldades e barreiras

Que dificuldades encontram para transformar os recursos culturais do território em experiências turísticas atrativas?

PERGUNTA 6

O que torna único o Rio Minho

Se tivesse que explicar a um visitante o que torna único o território do Rio Minho desde o ponto de vista cultural, quais três coisas destacaria?



BLOCO 2

POR QUE FALAR DE TURISMO CULTURAL?



...porque o Turismo mudou



Antes

O turismo baseava-se em visitar lugares famosos: monumentos, cidades históricas ou paisagens conhecidas. Era um turismo centrado em **ver coisas**.

Agora

O turista atual quer **viver experiências**, aprender algo novo e conectar com a cultura do lugar que visita. Busca autenticidade e participação.




Por esta razão, os destinos que proporcionam experiências autênticas estão a alcançar um êxito crescente. Isto inclui atividades como oficinas, percursos culturais, gastronomia local e contacto direto com as comunidades.

Exemplo de Mudança Turística

A visita tradicional

Visitar um castelo ou monumento durante uns minutos enquanto o guia explica sua história. O visitante observa e escuta.



 A diferença fundamental reside no facto de o visitante não apenas realizar a visita, mas também se envolver e reter a experiência.

A Principal Fortaleza deste Tipo de Turismo

Quando combinamos o património arquitetónico e monumental com relatos históricos, gastronomia e atividades participativas, transformamos uma visita numa experiência cultural completa e inesquecível.



A experiência atual

Uma fortaleza do Minho pode incluir um relato histórico sobre a fronteira, uma degustação gastronómica com produtos locais e uma atividade participativa sobre navegação ou comércio fluvial.

O turista atual (o agora chamado viajante) busca “experiências”

Hoje em dia, os viajantes **não apenas buscam visitar um destino; desejam experimentá-lo e vivê-lo plenamente.** Um visitante que chega ao Minho não se conforma com admirar o rio ou passear por uma encantadora aldeia. Anseia conhecer como é a vida das pessoas na zona, o que se come, que tradições se celebram e que histórias enriquecem esse território.



Oficinas de culinária

Aprender receitas tradicionais da mão de cozinheiros locais.



Visitas a adegas

Degustações com explicação do processo de elaboração do vinho.



Percursos narrados

Percursos guiados por pessoas locais que conhecem o território.



Experiências artesanais

Contacto direto com artesãos e suas técnicas tradicionais.

WOW



Desejam Sentir-se Parte do Lugar

O Turista (viajante) Cultural: Perfil

Curioso e informado

Chega ao destino havendo investigado sua história e cultura. Quer aprofundar, não apenas ver.

Disposto a gastar

Valoriza a qualidade e a autenticidade acima do preço. Investe em experiências memoráveis.

Prescritor ativo

Partilha suas experiências em redes sociais e recomenda o destino ao seu entorno.

Respeitoso

Aprecia e respeita a cultura local. É o tipo de turista que mais beneficia as comunidades.





O Melhor Embaixador do Território

Um turista cultural satisfeito não apenas retorna: **recomenda o destino** ao seu entorno e o partilha em redes sociais, se convertendo no melhor embaixador do território sem custo algum para as empresas.



Pausa — 15 minutos

BLOCO 3

O QUE É O TURISMO CULTURAL?



Definição de Turismo Cultural



O turismo cultural é o tipo de turismo cuja motivação principal é conhecer, descobrir e experimentar a cultura de um território.

Elementos tangíveis

Monumentos, arquitetura, paisagens construídas, objetos históricos.

Elementos intangíveis

Tradições, gastronomia, saberes locais, formas de vida, histórias.

Em outras palavras, o turismo cultural se centra na **identidade do lugar** e em como essa identidade se transmite aos visitantes.



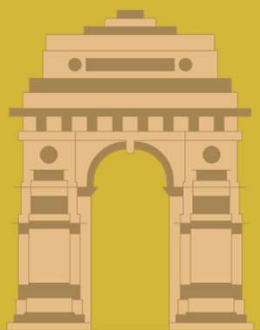
O que Inclui o Turismo Cultural?

O turismo cultural abarca história, tradições, arquitetura, gastronomia, festas e manifestações artísticas. Mas também inclui aspetos mais cotidianos: a vida nas aldeias, os mercados locais ou as atividades tradicionais vinculadas à paisagem. Num território fluvial como o Minho, a pesca, a navegação ou as histórias do rio também fazem parte do **património cultural**.

Dois Tipos de Património



Ambos tipos de património são igualmente valiosos e se complementam para criar experiências turísticas ricas e autênticas.



Património Material

O património material é o que podemos ver e tocar fisicamente. Costuma ser o mais visível e, portanto, o primeiro que se utiliza para atrair turistas.



Castelos e fortalezas



Igrejas e templos



Pontes históricas



Centros históricos



Paisagens culturais

O Património que Podemos Ver

Os elementos do património material são os **pontos de partida** mais reconhecíveis para conceber experiências turísticas. São o gancho visual que atrai o visitante e o cenário onde se desenvolve a experiência cultural.



Património Imaterial

O património imaterial é especialmente valioso porque **não pode ser replicado em outro lugar**. É o elemento mais autêntico e diferenciador de qualquer destino cultural.



O património imaterial é **igual ou inclusive mais importante** que o material. Refere-se a tradições, conhecimentos e práticas culturais que são transmitidas de geração em geração.

Receitas tradicionais

Saberes culinários transmitidos de geração em geração, vinculados ao território e seus produtos.

Ofícios antigos

Técnicas artesanais e formas de trabalhar a terra ou o rio que definem a identidade local.

Histórias e lendas

Relatos orais que dão vida ao território e conectam emocionalmente com os visitantes.

Festas populares

Celebrações que expressam a identidade coletiva e oferecem experiências únicas e irrepetíveis.

Exemplo Prático: A Ponte do Minho

Património material

Uma ponte medieval no Rio Minho: sua arquitetura, sua antiguidade, sua presença física na paisagem

*Uma ponte é uma estrutura de pedra. Mas quando adicionamos as histórias de quem a cruzou, os medos, os sonhos e as aventuras de gerações passadas, essa ponte é convertida num **portal para a história viva do território**.*

Património imaterial

Histórias de contrabandistas que cruzavam o rio, relatos de antigos comerciantes, tradições vinculadas à passagem entre Espanha e Portugal.

As Histórias Dão Vida ao Património

Quando combinamos ambos elementos, o resultado é uma **experiência cultural muito mais rica** que supera largamente a simples visita ao monumento.



Atividades Típicas do Turismo Cultural

O turismo cultural pode adotar muitas formas. O importante é que todas possuem um elemento comum: permitem ao visitante **compreender melhor a cultura local**.



Visitas guiadas

Percursos por centros históricos com interpretação cultural.



Percursos temáticos

Itinerários baseados em acontecimentos históricos ou elementos culturais específicos.



Festivais culturais

Feiras tradicionais e eventos que expressam a identidade do território.



Experiências gastronômicas

Degustações e oficinas vinculadas à identidade culinária do lugar.



Museus e Centros de Interpretação

Os museus e centros de interpretação são espaços-chave do turismo cultural. Quando estão bem concebidos, não apenas mostram objetos: **contam histórias** e conectam ao visitante com a identidade do território de forma profunda e memorável.

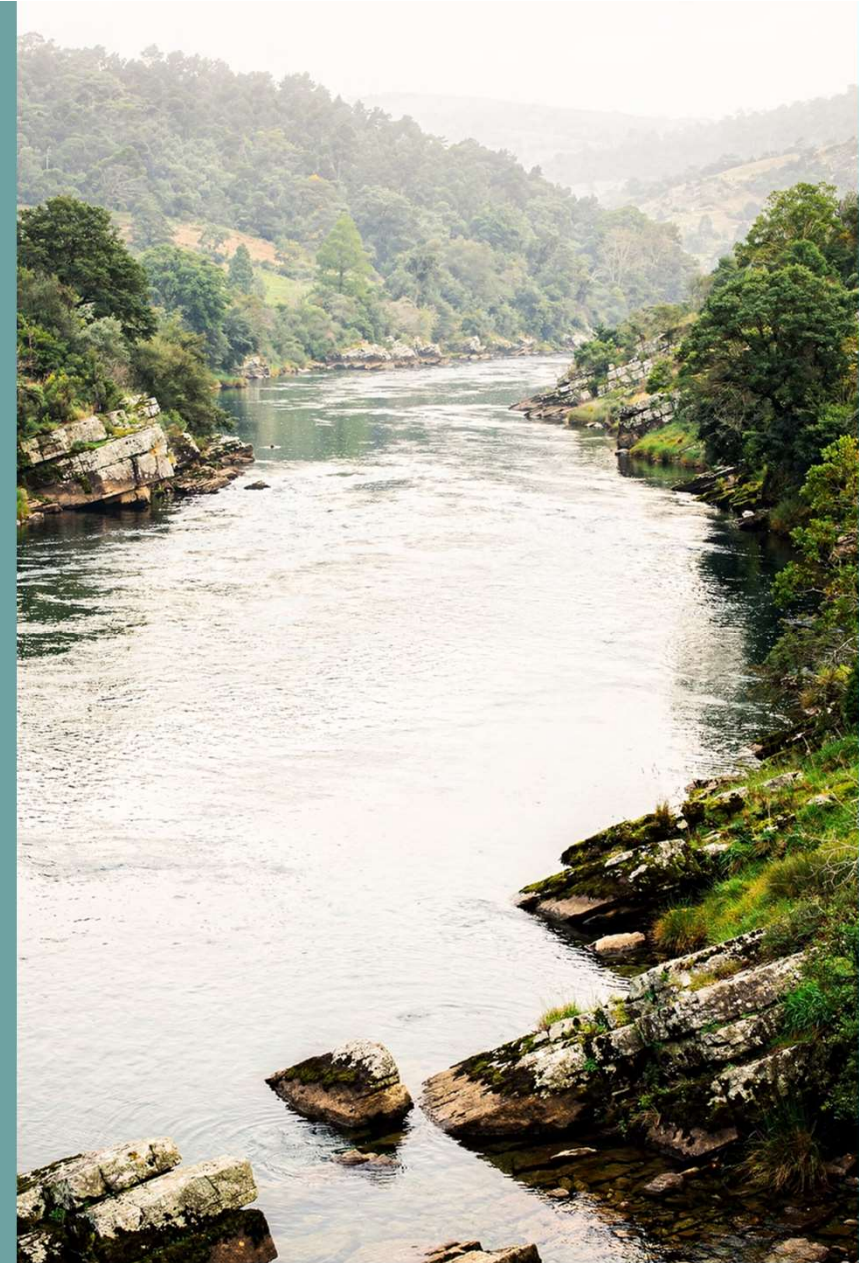


**BLOCO 4:
APLICAÇÃO AO RIO MINHO**

TURISMO CULTURAL NO RIO MINHO

O Rio Minho: Território Transfronteiriço

O Rio Minho possui uma característica única: é um **território transfronteiriço** que une e separa ao mesmo tempo dois países, duas culturas e duas identidades. Esta dualidade é, por si só, um recurso cultural extraordinário que pode ser aproveitado para criar experiências turísticas únicas no mundo.



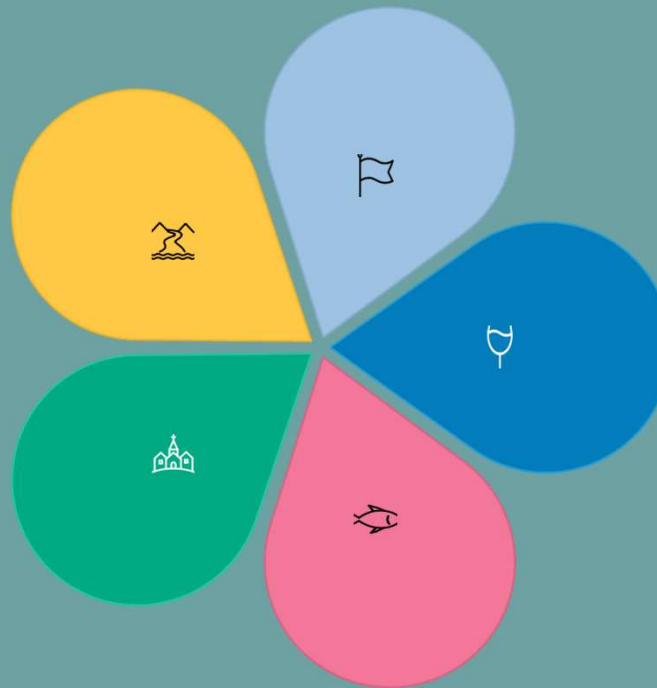
Identidade Cultural do Minho

Território fluvial

O rio como eixo vertebrado da vida, da economia e da cultura local.

Vida rural

Comunidades que mantêm vivas tradições e formas de vida autênticas.



Fronteira viva

História de intercâmbios, conflitos e convivência entre duas nações.

Cultura do vinho

Adegas e vinhedos que produzem vinhos únicos vinculados à paisagem do rio.

Tradição pesqueira

Técnicas ancestrais de pesca fluvial que fazem parte do património imaterial.

O património cultural como recurso económico

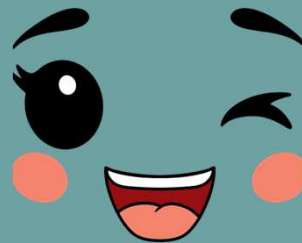
Visão tradicional

O património cultural como algo que se conserva, se protege e se mantém distante da atividade económica.

Visão atual

O património cultural como um **recurso que gera experiências turísticas, rendimentos e oportunidades económicas** para as comunidades locais, sempre a partir do respeito e da sustentabilidade.

A chave está na boa gestão.





Desenvolvimento Local através do Turismo Cultural

Quando o turismo cultural é bem gerido, **beneficia toda a comunidade**: gera emprego, mantém vivas as tradições, valoriza o território e cria um modelo de desenvolvimento sustentável que respeita a identidade local.

O que as empresas do território podem fazer?



Alojamentos

Incorporar elementos culturais na decoração, oferecer informação sobre o território e organizar atividades para os hóspedes.



Restaurantes

Criar menus baseados em receitas tradicionais, explicar a origem dos produtos e conectar a gastronomia com a história local.



Adegas

Conceber visitas que combinem a elaboração do vinho com a história do território e suas tradições.

Guias e Empresas de Atividades

Os guias e as empresas de atividades são os **principais transmissores da cultura local**. Sua capacidade para contar histórias, conectar com o território e criar experiências participativas é o coração do turismo cultural em qualquer destino.





LEMBREM-SE: A chave no turismo cultural é ver a paisagem e também compreender o seu significado

- ❏ Desta forma o visitante não apenas vê a paisagem, mas **compreende seu significado cultural**. Essa compreensão é o que transforma uma excursão numa experiência memorável.

BLOCO 5:
CRIAÇÃO DE
EXPERIÊNCIAS

COMO FAZÊ-LO?:

**CRIANDO
EXPERIÊNCIAS
CULTURAIS
MEMORÁVEIS**



Conselho: usar a autenticidade como valor diferencial

O turismo cultural em territórios como o Rio Minho não concorre com os grandes destinos de massas. Oferece algo diferente: **experiências únicas, autênticas e sustentáveis** que respeitam o território e beneficiam quem vive nele.

Num mundo onde tudo pode ser copiado, a autenticidade cultural é o único recurso verdadeiramente irrepetível.





Para muitos turistas, o cotidiano costuma ser o mais memorável

Lembre-se: O cotidiano também é cultura

Muitas vezes pensamos que o turismo cultural se limita a museus ou monumentos. No entanto, uma grande parte do interesse cultural de um destino encontra-se na **vida cotidiana das comunidades**.

Mercados locais

Espaços vivos onde se concentram os produtos, sabores e relações sociais do território.

Festas populares

Celebrações que mostram a identidade coletiva de forma autêntica e participativa.

Cozinha tradicional

Aprender a cozinhar um prato local é uma das experiências mais memoráveis para qualquer viajante.

Exemplo do cotidiano: O mercado como experiência cultural...

1 O guia explica os produtos

Fala sobre os produtos de temporada e as tradições culinárias do território, dando contexto cultural a cada alimento.

2 Pequenas degustações

Os visitantes provam produtos locais e conhecem aos produtores, estabelecendo uma conexão direta com o território.

3 Oficina de culinária

Os visitantes compram ingredientes no mercado e participam numa oficina onde aprendem a preparar um prato tradicional.

☐ Desta forma se cria uma experiência cultural completa que conecta **gastronomia, território e comunidade**.



Outro exemplo do cotidiano

Oficina Gastronômica:

Gastronomia, Território e Comunidade

Uma oficina de culinária que começa no mercado local e termina na mesa é muito mais que uma atividade gastronômica: é uma **imersão cultural completa** que conecta ao visitante com a essência do território.

Um exemplo completo: Um percurso histórico pelo rio

No caso do Rio Minho, o turismo cultural pode ser desenvolvido através de diferentes tipos de experiências. Por exemplo, pode ser concebido um **percurso histórico do rio** que explique seu papel como fronteira e como via de comunicação entre Galiza e Portugal.

1

Fortalezas

Visitas às defensas históricas que controlavam a passagem transfronteiriça.

2

Contrabando

Histórias sobre o comércio clandestino que cruzava o rio durante séculos.

3

Gastronomia

Degustações com produtos locais de ambos lados da fronteira.

4

Memória viva

Encontros com pessoas que contam como se vivia na zona há décadas.

Chaves para Criar Experiências Culturais



Identificar o recurso

Que elemento cultural do território pode ser o ponto de partida da experiência?



Acrescentar participação

Como podemos fazer com que o visitante não apenas observe, mas que participe ativamente?



Construir o relato


Que história podemos contar em torno desse recurso para lhe dar vida e significado?



Conectar com a comunidade

Que pessoas locais podem enriquecer a experiência com seu conhecimento e sua presença?

Do Recurso à Experiência: O Processo



Recurso cultural

Interpretação

Atividade turística

Experiência memorável

Este processo é o coração do turismo cultural: transformar o que existe no território em algo que o visitante possa viver, sentir e recordar.

Exemplos de Transformação



Pesca tradicional

De atividade económica ancestral à experiência turística participativa que ensina técnicas e tradições do rio.



Elaboração do vinho

Do processo produtivo à experiência cultural que conecta o visitante com a paisagem, a história e a identidade do território.



Pão tradicional

De alimento cotidiano à experiência gastronómica e cultural que transmite saberes ancestrais de forma participativa.

A Colaboração como Chave do Êxito



Trabalho em rede

As melhores experiências culturais não são criadas por apenas uma empresa: nascem da **colaboração entre alojamentos, restaurantes, guias, artesãos e comunidade local.**

Benefício partilhado

Quando as empresas trabalham juntas para criar uma oferta cultural coerente, todos ganham: mais visitantes, maior gasto e melhor imagem do destino.

Juntos Somos o Destino

Nenhuma empresa pode criar sozinha um destino cultural de referência. A **soma de experiências autênticas** oferecidas por diferentes atores do território é o que converte ao Rio Minho num destino cultural memorável e diferenciado.



BLOCO 6:
SUSTENTABILIDADE

A SUSTENTABILIDADE

Sustentabilidade cultural

O turismo cultural, quando bem gerido, ajuda a **preservar e transmitir** as tradições e o património local a novas gerações.

Sustentabilidade económica

Gera rendimentos para as comunidades locais sem depender de grandes infraestruturas, apostando por um modelo de desenvolvimento a escala humana.



O Turismo Cultural em Cifras

40%

Motivação cultural

Dos viajantes internacionais inclui a cultura como motivação principal de sua viagem.

2x

Maior gasto

Os turistas culturais gastam até o dobro do que o turista médio no destino.

3x

Maior estadia

Os destinos com oferta cultural rica retêm ao visitante até três vezes mais tempo.



Desafios do Turismo Cultural em Territórios Rurais

→ **Visibilidade e comunicação**

Promover a oferta cultural num mercado saturado de informação requer estratégias de comunicação específicas e bem concebidas.

→ **Coordenação entre atores**

O turismo cultural requer a colaboração entre empresas, instituições e comunidade local para criar uma oferta coerente e atrativa.

→ **Profissionalização**

Transformar o património em experiências turísticas de qualidade requer formação, criatividade e capacidade de gestão.

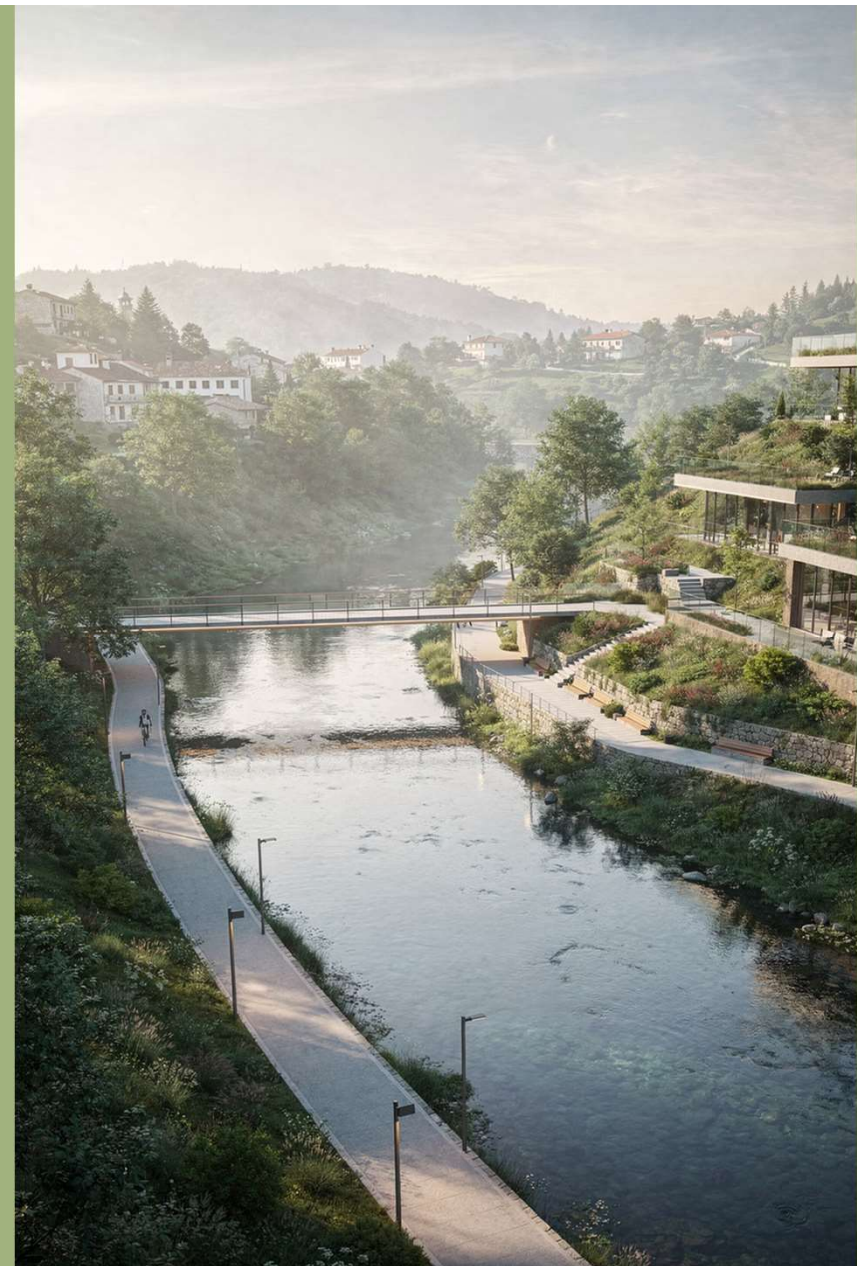
→ **Sazonalidade**

O turismo cultural pode ajudar a desestacionalizar a demanda, mas requer uma oferta ativa durante todo o ano.



Oportunidades para o Rio Minho

Apesar dos desafios, o Rio Minho possui um **potencial cultural extraordinário**: sua história transfronteiriça, sua gastronomia, suas tradições fluviais e sua paisagem única o convertem num destino com uma proposta de valor diferencial difícil de igualar.



Resumo: Conceitos-Chave

Turismo cultural

Turismo motivado por conhecer, descobrir e experimentar a cultura de um território, tanto em seus elementos tangíveis como intangíveis.

Experiência vs. visita

O turista atual busca participar e sentir, não apenas observar. A participação ativa é o que torna memorável uma experiência.

Património material e imaterial

Dois tipos de recursos complementários que, combinados, criam experiências culturais ricas e autênticas.

Identidade como recurso

A identidade cultural do Rio Minho —transfronteiriça, fluvial, rural— é seu maior ativo diferencial no mercado turístico.

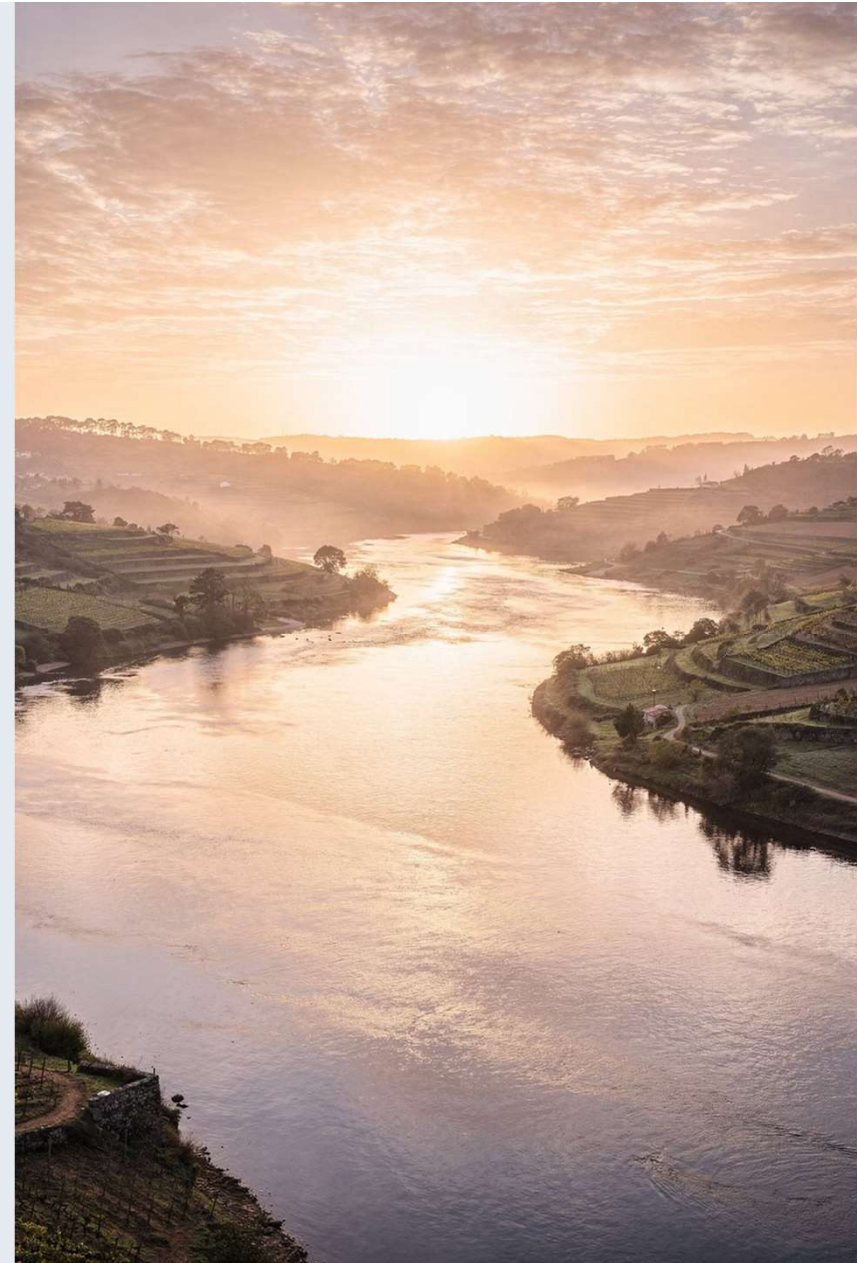
O que aprendemos hoje



Estes três aprendizados são a base sobre a qual construiremos o resto da formação.

Reflexão final

O património cultural não é apenas o que herdamos do passado. É também o que decidimos transmitir ao futuro e a forma em que escolhemos partilhá-lo com quem nos visita hoje.



Próximos Passos

01

Identificar vossos recursos

Fazer um inventário dos recursos culturais do território que cada empresa pode aproveitar.

03

Conceber a experiência

Transformar o recurso e o relato numa atividade turística participativa e memorável.

02

Construir o relato

Desenvolver as histórias e narrativas que darão vida a esses recursos culturais.

04

Conectar com outros atores

Identificar com quais outras empresas ou pessoas do território podemos colaborar para enriquecer a experiência.

O Rio Minho: Um destino cultural com futuro

O território do Rio Minho possui todos os ingredientes para converter-se numa **referência do turismo cultural no noroeste peninsular**: história, identidade, gastronomia, paisagem e, sobretudo, comunidades que conhecem e amam seu território.

☐ A oportunidade está aqui. O momento é agora. **Obrigada por vossa participação!**



Obrigada e até quarta-feira!



Universidade de Vigo





Creación Experiencias



www.riominho.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com



Telephone: +34 625 54 77 48