



Tui (Pontevedra) · Quarta-feira 22 Abril, 2026

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

# MÓDULO II · TURISMO CULTURAL: APLICAÇÃO SUSTENTABILIDADE

Formadora: Maite Vence · Diretora de Observer



Scanea o código para acceder à lista de  
presença



## 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 Desenvolvemento 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).

# Índice

01

---

## Introdução

Do conceito à prática no território

02

---

## Do recurso à experiência

Fases do processo turístico cultural

03

---

## Territórios rurais

Vantagens e oportunidades para o turismo cultural

04

---

## Territórios fluviais

O rio como eixo cultural e seu potencial turístico

05

---

## O Rio Minho

Destino transfronteiriço e património partilhado



# Introdução

Nesta segunda parte do módulo passamos do conceito à prática. Se na primeira apresentação analisamos o que é o turismo cultural e por que é importante para destinos como o Rio Minho, agora nos centramos em **como aplicá-lo realmente no território**.

## Oportunidades

Quais oportunidades possuem os territórios rurais para desenvolver o turismo cultural

## Territórios fluviais

Quais características específicas possuem os territórios fluviais como o Rio Minho

## Sustentabilidade

Como desenvolver o turismo cultural sem gerar impactos negativos sobre o património ou a comunidade

# Objetivos desta sessão

**1**

## **Territórios rurais**

Compreender por que os territórios rurais possuem condições especialmente favoráveis para o desenvolvimento do turismo cultural.

**2**

## **Potencial fluvial**

Analisar o potencial específico dos territórios fluviais, onde o rio atua como eixo cultural que conecta paisagens, tradições e histórias.

**3**

## **Boas práticas**

Conhecer exemplos de boas práticas na gestão do património cultural para identificar ideias aplicáveis no território.

**4**

## **Sustentabilidade**

Refletir sobre a gestão de impactos e a sustentabilidade do turismo cultural para que o desenvolvimento não prejudique o património nem as comunidades.



# Perguntas de Diagnóstico Inicial

Antes de começar, refletimos sobre nossa experiência e conhecimento do território.

# O que pensam sobre o turismo cultural?

## **Atividades e experiências**

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

## **Património do Rio Minho**

Acreditam que o território do Rio Minho possui suficiente património cultural para atrair visitantes interessados na cultura?  
Por que?

## **Vossa empresa**

Alguma de vossas empresas oferece atualmente experiências relacionadas com a cultura local?

# O que os turistas buscam?

## **Motivações do visitante**

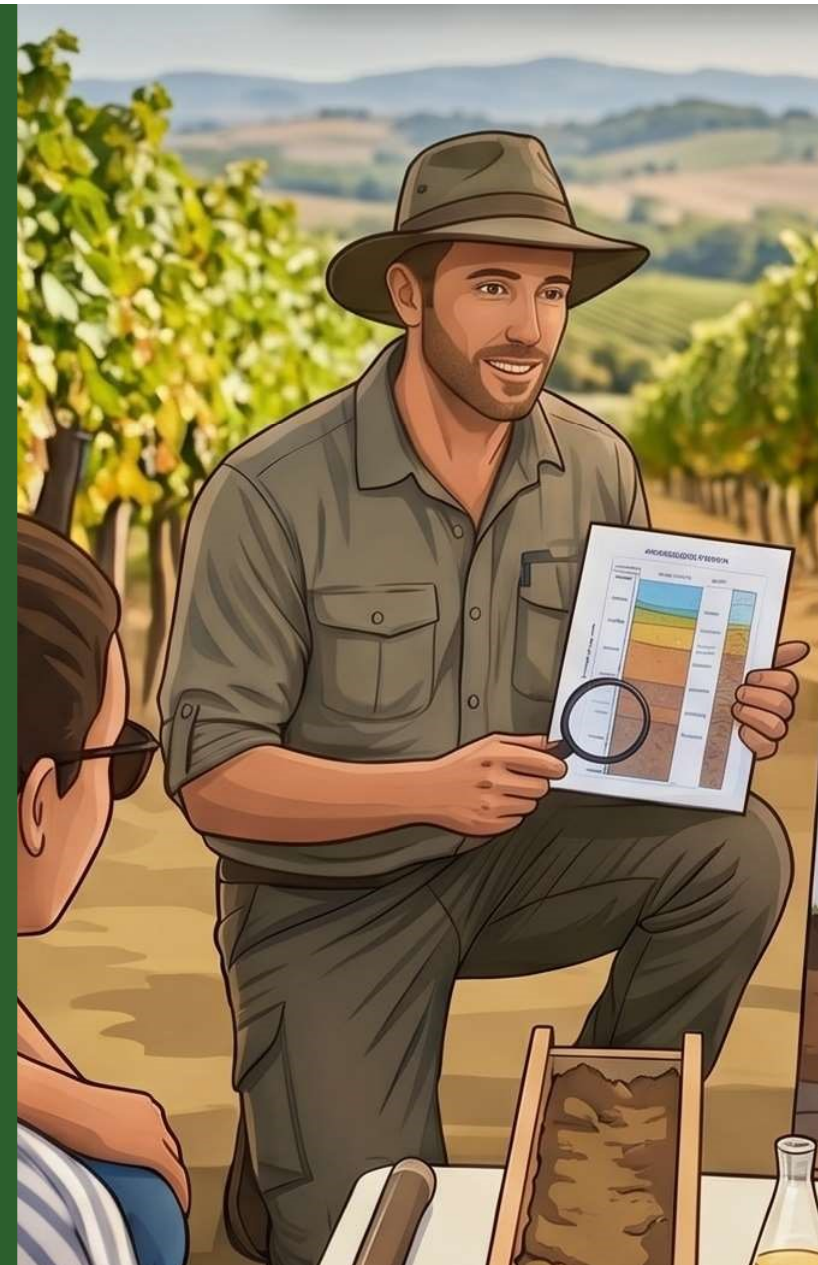
O que acreditam que os turistas realmente buscam quando visitam territórios rurais como o Rio Minho?

## **Dificuldades**

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

## **O único do Minho**

Se um visitante vos perguntasse o que torna único o território do Rio Minho do ponto de vista cultural, quais três coisas destacaria?



# Capítulo 01

**Do Recurso Cultural à  
Experiência Turística.**

## VISITA CONVENCIONAL

Recorrido y Degustación



**EL PRODUCTO ES EL MISMO.  
LA EXPERIENCIA ES DIFERENTE.**

SALES CON UNA HISTORIA QUE CONTAR Y QUE CONVIERTE CADA COPA FUTURA EN UNA EXPERIENCIA DIFERENTE.

## EXPERIENCIA DE TURISMO CIENTÍFICO

En el Viñedo: Suelo, Clima & Levaduras



## OBSERVACIÓN DE AVES CONVENCIONAL

Identificación de Especies



**IDENTIFICAR UNA ESPECIE ES SÓLO EL COMIENZO.  
ENTENDER SU ROL ES EL VERDADERO DESCUBRIMIENTO.**

COMPORTAMIENTOS, RUTAS MIGRATORIAS, RELACIONES ECOLÓGICAS. LO QUE DICE SU PRESENCIA O AUSENCIA SOBRE EL ESTADO DEL TERRITORIO. MÁS INTERESANTE DE ESCUCHAR.

## EXPERIENCIA DE TURISMO CIENTÍFICO

Comportamientos, Ecología y Estado del Territorio



## MIRADOR CONVENCIONAL

Solo Vistas



## MIRADOR CON INTERPRETACIÓN GEOLÓGICA

Un Viaje en el Tiempo  
(Millones de Años)



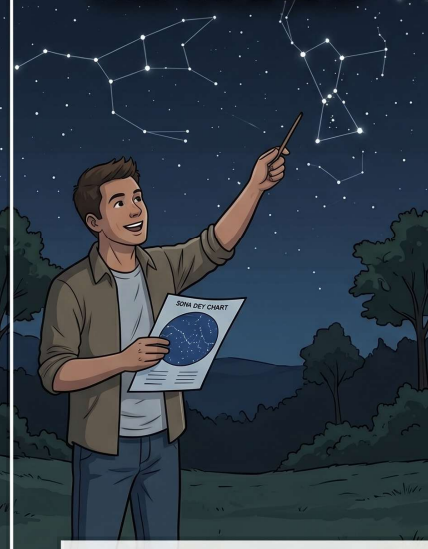
**LA GEOLOGÍA CONVIERTE CUALQUIER PAISAJE EN UN ARCHIVO. UN MIRADOR CON INTERPRETACIÓN GEOLÓGICA OFRECE TIEMPO**

CAPAS DE ROCA QUE SON PÁGINAS DE UNA HISTORIA DE MILLONES DE AÑOS, VALLES EXCAVADOS POR GLACIARES, COSTAS FORMADAS POR VOLCANES EXTINTOS. UNA HABILIDAD POTENTE DEL TURISMO CIENTÍFICO BIEN DISEÑADO.

## LA OBSERVACIÓN ASTRONÓMICA

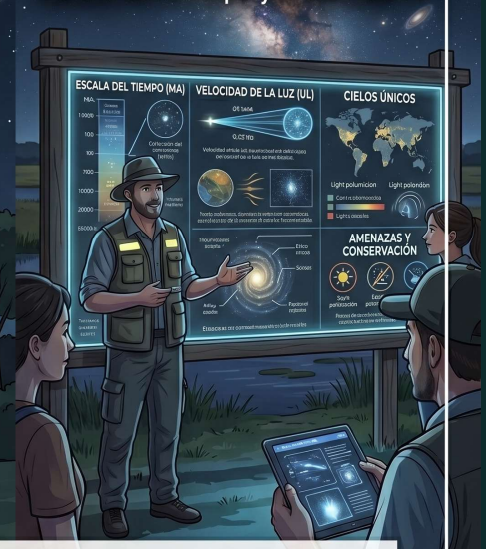
UNA NOCHE DE ESTRELLAS CONVENCIONAL

Señala Constelaciones



UNA EXPERIENCIA DE TURISMO CIENTÍFICO

Escala del Tiempo y Preservación



**EL CIELO ES EL MISMO. LA NARRATIVA HACE QUE EL RECURSO SEA IRREPETIBLE.**

ESCALA DEL TIEMPO, VELOCIDAD DE LA LUZ, PRESERVACIÓN. UN RELATO QUE CONVIERTE EL CIELO RURAL EN UN TESORO.

# O processo completo para criar experiências turísticas

*Quatro fases. Nenhuma opcional. Todas na ordem.*

**01**

IDENTIFICAR

*O que temos?*

**02**

INTERPRETAR

*O que significa?*

**03**

TRANSFORMAR

*Como se vive?*

**04**

GERIR

*Como se sustenta?*

## Para o Rio Minho

Os recursos estão. A lampreia, os vinhedos, o contrabando, as aldeias ribeirinhas, os caminhos históricos. O que falta, em muitos casos, é percorrer o processo completo: inventariar com rigor, interpretar com critério, transformar em produto reservável e gerir com limites claros.

*Ter património não é suficiente. Precisa percorrer um processo.*

# 01

## IDENTIFICAR

*O território tem de conhecer a si próprio antes de ser apresentado ao mundo.*

### O que significa identificar?

Fazer um inventário real de tudo o que faz parte da identidade cultural local. Não apenas os monumentos óbvios: também a gastronomia, os ofícios, as formas de vida, a paisagem construída e as histórias orais.

#### No Minho

- As técnicas de pesca da lampreia
- Os vinhedos em terraços e nas adegas familiares
- Os caminhos históricos que bordeiam o rio
- As histórias do contrabando fronteiriço
- As aldeias ribeirinhas e sua arquitetura de pedra

*Sem inventário não existe experiência coerente. Não pode vender o que não sabe que tem.*

# 02

## INTERPRETAR

*A interpretação não inventa nada: seleciona, ordena e dá significado.*

### O que significa interpretar?

Transformar um elemento patrimonial numa história compreensível e emocionalmente conectada com o visitante. Responde a pergunta que o visitante nunca formula em voz alta:

*Por que deveria me importar com isso?*

#### No Minho

**Uma ponte medieval** → *história dos que cruzavam à noite*

**Uma técnica de pesca** → *o vínculo da comunidade com a água*

**Uma adega familiar** → *três gerações e a relação com o rio*

**Uma romaria** → *a identidade coletiva que sobrevive ao tempo*

*Sem interpretação, o recurso cultural perde a maior parte de seu valor turístico.*

# 03

## TRANSFORMAR

*O visitante não quer observar. Quer participar.*

## O que significa transformar?

Conceber uma experiência estruturada na qual o visitante vive o património de forma ativa. Toda experiência bem concebida possui três momentos: um início que situa, um desenvolvimento que te faz participar e um encerramento que deixa algo.

### No Minho: de observar a participar

Ver como se pesca a lampreia



Aprender a técnica com o pescador

Visitar uma adega



Participar na vindima com o produtor

Escutar a história do contrabando



Percorrer o percurso noturno pelo rio

Conhecer a gastronomia



Cozinhar o prato com quem o faz de verdade

*Muitos recursos do Minho existem mas não estão operativos. Ninguém deu ainda o passo de os converter num produto reservável.*

# 04

## GERIR

*O turismo que não é bem gerido destrói o que tem que vender.*

## O que significa gerir bem?

Garantir que o turismo contribua à conservação do património no lugar de causar dano. Três princípios que não são opcionais:

### CONSERVAÇÃO

Os rendimentos turísticos devem financiar a preservação do património. Sem esse vínculo, o turismo consome o recurso sem contribuir a mantê-lo.

### COMUNIDADE

Os benefícios económicos precisam ser revertidos no território. Provedores locais, guias locais, protagonistas locais. Não decoração: atores.

### LIMITES

Cada recurso possui uma capacidade de carga. Superá-la deteriora o património e destrói a qualidade da experiência. Melhor antecipar do que remediar.

*Esta fase é a que mais se omite. E é a condição sem a qual todo o anterior possui data de validade.*

DINÂMICA

# 01

## IDENTIFICAR E INTERPRETAR

Capítulo 1 · 35-40 min  
Fases 1 e 2 na prática

10 min · Individual

20 min · Em Grupo

5 min · Encerramento

### FASE INDIVIDUAL – cada um sozinho

Escreva 5 recursos culturais do seu entorno imediato – não apenas os óbvios

Para cada um, uma frase: por que isto deveria importar para um visitante?

### FASE EM GRUPO – todos juntos

Partilhem todos os recursos

O grupo vota e escolhe os 3 recursos mais potentes (melhor resposta ao por que importa?)

Desses 3, a formadora escolhe 2 que se converterão nas experiências do dia

*Busque um recurso gastronómico/productivo e um histórico/narrativo – assim os perfis ficam bem repartidos.*

# Capítulo 02

## Turismo Cultural nos Territórios Rurais



# Capítulo 02

## Turismo Cultural nos Territórios Rurais

*Por que os territórios rurais possuem condições únicas para o turismo cultural? E qual é o modelo económico que os convém?*

01 Vantagens específicas do rural

02 Cultura viva (recordatório)

03 Modelo de valor vs. volume

↩ De segunda-feira

## O que já sabemos sobre autenticidade e cultura viva

Na segunda-feira estabelecemos que os territórios rurais possuem algo que os grandes destinos urbanos não podem oferecer. Não é necessário repeti-lo em detalhe – apenas tê-lo como base.

### AUTENTICIDADE

As tradições e formas de vida do Minho existem independentemente do turismo. Isso é o que as torna autênticas.

### CULTURA VIVA

A lampreia, os vinhedos, as romarias, os ofícios fluviais. Não estão num museu: estão na vida cotidiana.

### ESCALA HUMANA

Experiências próximas, relações diretas entre visitantes e residentes. Impossível de replicar num destino massivo.

*Hoje adicionamos a camada que faltava na segunda-feira: por que isso tem sentido como modelo de negócio e é o que o torna diferente do turismo massivo.*

## Quatro condições que os grandes destinos não podem copiar

**01**

**AUTENTICIDADE**

*Cultura real, não  
representação*

**02**

**ESCALA HUMANA**

*Relações diretas,  
experiências próximas*

**03**

**DIVERSIDADE**

*Património, gastronomia,  
paisagem, tradição*

**04**

**SEM SATURAÇÃO**

*Tranquilidade como  
vantagem competitiva*

*Estas vantagens são exatamente o que o turismo urbano e massivo não pode oferecer. E são o que busca o turista cultural.*

# 03

## DIVERSIDADE

*O Minho concentra num espaço reduzido uma variedade que muitos destinos gostariam de ter.*

## Recursos no Rio Minho

### Paisagem fluvial

Aldeias ribeirinhas, embarcações tradicionais, técnicas de pesca que refletem séculos de relação com o rio.

### Gastronomia

A lampreia e os vinhos locais: identidade gastronómica única, fortemente vinculada ao território.

### História transfronteiriça

Duas culturas, um rio. O carácter fronteiriço gera um relato turístico que não existe em nenhum outro lugar.

### Património arquitetónico

Pontes medievais, moinhos de água, arquitetura de pedra adaptada ao entorno fluvial.

# 04

## SEM SATURAÇÃO

*O viajante atual busca o que o Minho já possui: espaço, tranquilidade e contacto autêntico.*

## Uma vantagem competitiva real

Os territórios rurais possuem uma menor pressão turística. Isso permite um turismo mais tranquilo e de maior qualidade. Muitos viajantes atuais valorizam especialmente isto e buscam destinos onde possam descobrir a cultura local sem pressa.

### O viajante de hoje busca

- Tranquilidade e espaço para desfrutar sem aglomerações
- Contacto autêntico com a cultura e as pessoas do território
- Experiências sem massificação nem itinerários pré-fabricados
- Conexão real com a natureza e o entorno fluvial

*A tranquilidade não é uma carência. É o produto.*

# Não é a mesma coisa atrair mais do que atrair melhor

	TURISMO MASSIVO	TURISMO CULTURAL RURAL
Volume de visitantes	Alto	Menor, mas seletivo
Gasto por pessoa	Baixo	O dobro da média
Infraestrutura necessária	Grande e custosa	Ligeira, escalável
Risco de saturação	Muito alto	Controlável
Distribuição de benefícios	Concentrada	Distribuído no território
Sustentabilidade	Difícil a longo prazo	Viável se bem gerido

# O modelo

MENOR VOLUME  
MAIOR VALOR

*Um argumento económico, não apenas ético.*

## Por que este modelo interessa as empresas?

O turismo cultural rural busca turistas interessados em experiências autênticas, dispostos a pagar mais por atividades de qualidade. Este modelo gera rendimentos económicos sem necessidade de grandes infraestruturas nem de uma pressão turística excessiva.

**40%**

do turismo mundial  
possui motivação  
cultural

**2x**

mais gasto por pessoa  
que o turista  
convencional

**70%**

Valoriza a autenticidade  
como fator decisivo

*Não é preciso encher o território. É preciso atrair o turista que o valoriza e que paga por isso.*

# O que o Minho leva deste capítulo

*Quatro vantagens reais. Um modelo económico diferente. Uma oportunidade sem explorar.*

## AUTENTICIDADE

As tradições do Minho não estão concebidas para o turismo. Por isso são autênticas.

## DIVERSIDADE

Lampreia, vinhos, contrabando, aldeias ribeirinhas. Recursos para perfis de visitante muito distintos.

## SEM SATURAÇÃO

A tranquilidade não é uma limitação do destino. É sua proposta de valor diferencial.

## MAIOR VALOR

Menos visitantes, maior gasto, benefícios distribuídos no território. O modelo que os convém.

### Para o Rio Minho

O território já possui as quatro vantagens. O que falta em muitos casos é reconhecê-las, comunicá-las e construir um modelo de negócio que as aproveite. Isso é o que estamos fazendo hoje.

DINÂMICA

# 02

## PERFIL E ARGUMENTO DE VALOR

Capítulo 2 · 30-35 min

*A quem vai dirigida e por que o Minho?*

5 min · Início

20 min · Em equipa

10 min · Partilha

**INÍCIO** – duas equipas de 3, cada um trabalha uma experiência

**TRABALHO EM EQUIPA** – respondam por escrito estas três perguntas

### 01 A quem vai dirigida?

Descrevam o visitante concreto: de onde vem, o que busca, o que não encontraria num destino massivo.

### 02 Por que o Minho e não outro destino?

O argumento de autenticidade e singularidade. O que esta experiência possui que seja irrepetível aqui?

### 03 Quanto pagaria este visitante e por que?

O turista cultural gasta o dobro. O que justifica esse preço em vossa experiência?

*A questão do preço gera muito debate. Se o grupo estiver ativo, deixe-o seguir – é um dos momentos mais úteis.*

# Capítulo 03

## Potencial dos Territórios Fluviais

*O rio não é apenas água nem apenas natureza. É história acumulada durante séculos.*



# Capítulo 03

## Potencial dos Territórios Fluviais

*O rio não é apenas água nem apenas natureza. É história acumulada durante séculos.*

### O rio como eixo cultural

Os rios foram, durante séculos, muito mais que recursos naturais. No Minho, cada margem guarda camadas de história que o turista pode aprender a ler.

#### Terraços de cultivo

A fertilidade das margens transformada por gerações de agricultores em paisagem cultural.

#### Moinhos de água

Infraestruturas históricas que aproveitavam a energia do rio. O primeiro motor industrial das aldeias.

#### Pontes históricas

Pontos de travessia com séculos de história. Cenário de comércio, conflito e convivência transfronteiriça.

#### Caminhos tradicionais

Percursos históricos que seguiam o rio e que hoje podem ser convertidos em itinerários culturais.

# A combinação natureza + cultura é uma vantagem que os destinos urbanos não podem copiar

## Cultura da água no Minho

### Pesca ancestral

Técnicas fluviais transmitidas durante gerações com alto valor etnográfico.

### Gastronomia fluvial

A lampreia como símbolo cultural. Identidade gastronómica única e irrepetível.

### Celebrações da água

Festividades e ritos vinculados ao rio que fazem parte da identidade coletiva.

## Experiências possíveis no Minho

Percursos históricos interpretativos pelo rio

Passeios em embarcações tradicionais com relato

Degustações gastronómicas fluviais (lampreia, vinhos)

Atividades educativas sobre o ecossistema fluvial

Percursos do contrabando fronteiriço ao anoitecer

*O Minho não compete com a costa nem com a cidade. Oferece algo diferente: natureza com história. Isso não se replica.*

DINÂMICA

# 03

## O RIO E OS RECURSOS

Cap 3 + Cap 4 · 45-50 min  
Construímos o relato e os momentos-chave

30 min · Em equipa

15 min · Apresentação

**TRABALHO EM EQUIPA – mesmas equipas, mesmas experiências – respondam estas 5 perguntas**

### 01 Qual é a história que contam?

Uma ou duas frases desde o ponto de vista do visitante. Não 'visita a uma adega', mas a história do porquê essa adega existe aqui.

### 02 Como aparece o rio?

Como cenário, história, ingrediente ou percurso. O Minho precisa estar presente de alguma forma.

### 03 Que momento o visitante participa ativamente?

Não observar: fazer. O que faz o visitante com suas mãos, seu corpo ou sua voz?

### 04 Que recurso do Minho é o protagonista?

Lampreia, vinhos, contrabando, património material. Qual alavanca a experiência e por que é irrepetível aqui?

### 05 Quem do território participa?

Um produto, pescador, idoso, artesão. Pôr nome ou perfil concreto.

*Pergunta de moderação se o debate ficar bloqueado: isto poderia acontecer noutro rio ou apenas pode acontecer aqui?*



# Capítulo 04

## O Rio Minho: Destino Transfronteiriço

# O Rio Minho não separa dois países. Os une.

↩ De segunda-feira: identidade cultural do Minho

Na segunda-feira estabelecemos que o Minho é um território transfronteiriço com uma identidade cultural muito forte. Hoje adicionamos o argumento-chave: essa dualidade não é uma complicação administrativa. É o relato turístico.

## GALIZA

Vinhos Rías Baixas · Pesca da lampreia · Arquitetura românica · Língua galega · Romarias populares

## PORTUGAL (NORTE)

Vinhos Verdes · Gastronomia atlântica e fluvial · Património de Valença e Monção · Língua portuguesa · Tradições festivas

## RECURSOS DO MINHO

*Não são apenas produtos nem histórias.  
São experiências construíveis.*

### Três recursos únicos e irrepetíveis

#### A lampreia

*Símbolo cultural, não apenas gastronómico*

Técnicas de pesca transmitidas há séculos. Uma experiência em torno à lampreia combina pesca, história e culinária numa só visita.

#### Os vinhos do Minho

*Território, história e família numa taça*

Vinhedos em terraços, adegas familiares, relato cultural profundo. O vinho aqui não é apenas produto: é a história de três gerações e a relação com o rio.

#### As histórias de contrabando

*O património mais inesperado do Minho*

Contrabandistas que cruzavam o rio à noite, relações humanas de ambos os lados da fronteira. Um relato histórico fascinante que conecta emocionalmente com qualquer visitante.

# PATRIMÓNIO MATERIAL

*O que se pode ver, tocar e percorrer.*

O ponto de partida para qualquer experiência cultural é o recurso tangível. O Minho possui uma densidade patrimonial extraordinária ao longo de todo o seu percurso.

***Tudo está aqui.  
Falta interpretá-lo e  
operacionalizá-lo.***

## O património material do Rio Minho

### Arquitetura defensiva

Fortalezas, torres medievais e muralhas que controlavam a passagem transfronteiriça entre Galiza e Portugal.

### Património religioso

Igrejas românicas, capelas, cruzeiros e mosteiros que pontuam ambas as margens do rio.

### Pontes históricas

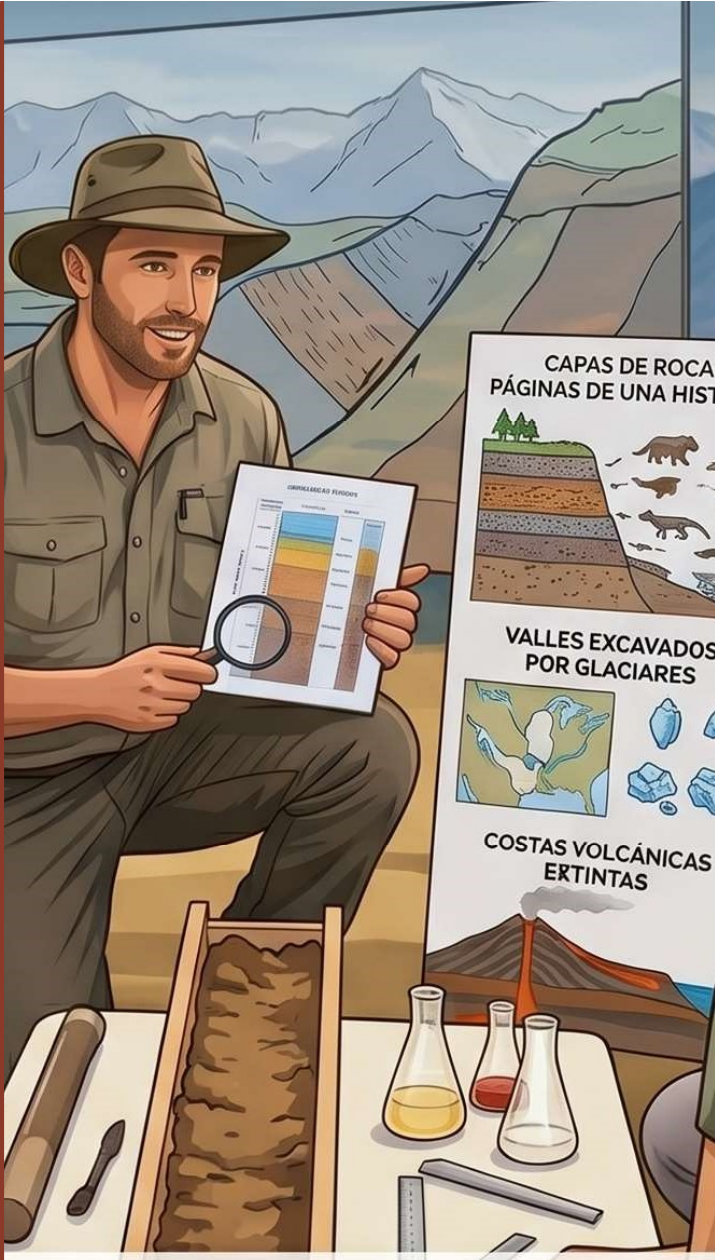
Pontos de passagem com séculos de história: comércio, conflito e convivência entre duas culturas.

### Sítios arqueológicos

Castros, petróglifos e restos de ocupação humana que demonstram a antiguidade do povoamento fluvial.

### Aldeias ribeirinhas e arquitetura tradicional

Conjuntos de arquitetura em pedra adaptada ao entorno fluvial, com espigueiros, eiras e embarcações tradicionais.



# Capítulo 05

## Sustentabilidade do Turismo Cultural

# O turismo que não é bem gerido destrói aquilo que tem para vender.

↩ Já o vimos na Fase 4 do Capítulo 1 – hoje o desenvolvemos

## Os 3 riscos

### Património

O excesso de visitantes deteriora monumentos, paisagens e elementos patrimoniais frágeis.

### Comunidade

O turismo mal gerido gera tensões sociais, encarece a vida local e destrói a identidade.

### Meio-ambiente

O aumento de visitantes gera resíduos, contaminação e pressão sobre o ecossistema fluvial.

## Os 3 princípios

### Conservação

Os rendimentos turísticos devem financiar a preservação do património, não consumi-lo.

### Comunidade

Os benefícios revertem no território. Provedores, guias e protagonistas locais.

### Limites

Cada recurso possui uma capacidade de carga. Melhor antecipar do que remediar.

# 05

## CAPACIDADE DE CARGA

*O número máximo de visitantes que um recurso pode receber sem sofrer danos.*

### Como geri-la no Minho

- Estabelecer limites de lotação em espaços sensíveis
- Distribuir visitantes no tempo e no espaço
- Criar percursos alternativos para descongestionar pontos críticos
- Monitorar o impacto de forma contínua

### Exemplos internacionais

#### Butão

Limita o número de visitantes e cobra uma tarifa diária elevada. Menos visitantes, mais rendimentos, sem massificação. O princípio: às vezes, menos é mais.

#### Amesterdão

Demorou décadas a perceber o dano do turismo massivo no seu centro histórico. A aprendizagem para o Minho: é melhor antecipar do que remediar.

*São aqueles que concebem as experiências, selecionam os recursos e estabelecem a relação entre visitantes e comunidade.*

**Seu compromisso com a sustentabilidade é determinante para o futuro do destino.**

## 4 responsabilidades concretas

### 01 Conhecer o património

Formar-se sobre a história, as tradições e os valores culturais do território para poder transmiti-los com rigor. Não se pode interpretar o que não se conhece.

### 02 Respeitar os limites

Não levar mais visitantes dos que o recurso pode suportar, ainda que isso suponha renunciar a rendimentos a curto prazo. A reputação se constrói a longo prazo.

### 03 Colaborar com a comunidade

Integrar os residentes como protagonistas e beneficiários diretos. Não como decoração. Uma adega, um pescador, uma cozinheira local: são o coração da experiência.

### 04 Comunicar o valor

Explicar aos visitantes por que o património é valioso e como podem contribuir para sua conservação. Um visitante que entende o território retorna e recomenda-o.

## Aplicação no Rio Minho

Como podem ser aplicados estes princípios no território do Rio Minho?



A sustentabilidade não é um objetivo final, mas um processo contínuo de avaliação e ajuste que requer a implicação de todos os atores do território.

# Como atraí-lo?

*O turista cultural não chega sozinho. É preciso conceber a proposta, comunicá-la bem e sustentá-la com qualidade.*

**2x**

Mais gasto que o turista médio

**70%**

valoriza a autenticidade

## Quatro chaves para atrair o turista cultural

### 01 Conceber experiências com narrativa

Não busca apenas ver coisas: busca entender histórias. Cada experiência necessita um relato claro, com início, desenvolvimento e encerramento emocional. Qual é a história que querem contar sobre o Minho?

### 02 Comunicar o valor cultural

Não 'venham ver o rio'. 'Venham entender por que este rio deu forma a duas culturas durante séculos'. A comunicação deve destacar autenticidade, profundidade e singularidade.

### 03 Garantir a qualidade

Exige qualidade na interpretação, na atenção e nos produtos. Não é o turista mais fácil, mas é o mais fiel e o que mais recomenda.

### 04 Criar redes de colaboração

A oferta mais atrativa surge da colaboração entre operadores, produtores locais, guias e instituições. Ninguém pode oferecer apenas o que o turista cultural busca.

DINÂMICA

# 04

## TESTE DE SUSTENTABILIDADE

Capítulo 5 · 35-40 min

*É sustentável o que concebemos?*

20 min · Em equipa

15 min · Apresentação final

TESTE DE SUSTENTABILIDADE – submetam vossa experiência a estas 4 perguntas

### 01 Quantos visitantes pode suportar sem degradar-se?

Não o máximo que querem ter – o máximo que o recurso aguenta. Ponham um número e justifiquem-no.

### 02 Quem da comunidade se beneficia economicamente?

Listem-nos. Se a lista está vazia ou tiver apenas um nome, a experiência não é sustentável.

### 03 O que acontece se vêm o dobro do limite fixado?

O que se deteriora? Quem se queixa? O que se perde? Pensem no risco concreto.

### 04 O que vocês fariam, como operadores, para evitá-lo?

Conhecer, respeitar limites, colaborar, comunicar. Qual é a mais difícil na vossa empresa?



### ENCERRAMENTO DA SESSÃO

*Cada pessoa diz uma coisa concreta que vai fazer amanhã na sua empresa. Não é necessário que seja grande.*



# Obrigada

Turismo Cultural: Aplicação e Sustentabilidade · Módulo de formação · Rio Minho

- 📄 **Próximos passos:** Reflitam sobre quais recursos culturais do vosso entorno podem transformar em experiências turísticas autênticas e sustentáveis. O território do Rio Minho possui tudo necessário para ser convertido numa referências do turismo cultural transfronteiriço.



# Creación Experiencias



[www.riominho.creacionexperiencias.com](http://www.riominho.creacionexperiencias.com)



[gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com](mailto:gestionproyectos@riominho.creacionexperiencias.com)



Telephone: +34 692 43 95 19



España - Portugal

VISIT\_RIO\_MINHO\_PLUS



Universidade de Vigo

