

Nº 2

REVISTA TRIMESTRAL  
2020

GRATUITA  
GRATIS

**MARCA  
CORPORATIVA**  
Un territorio, una  
identidad, una imagen

**MARCA  
CORPORATIVA**  
Um território, uma  
identidade, uma imagem

**CONCURSO  
PÚBLICO**  
**CONCURSO  
PÚBLICO**

**FORMACIÓN  
Y BLOGGERS**  
Turismo de calidad

**FORMAÇÃO  
E BLOGGERS**  
Turismo de qualidade

**CANDIDATURA  
A LA UNESCO**  
Redes de patrimonio

**CANDIDATURA  
À UNESCO**  
Redes de património

# MESETA IBÉERICA

RESERVA <sup>DA</sup> <sub>DE LA</sub> BIOSFERA



# Índice

## 03

**EDITORIAL**

## 04-11

**MARCA CORPORATIVA**  
UN TERRITORIO, UNA IDENTIDAD, UNA IMAGEN  
UM TERRITÓRIO, UMA IDENTIDADE, UMA IMAGEM

## 12

**CONCURSO PÚBLICO**  
**CONCURSO PÚBLICO**

## 13-17

**FORMACIÓN Y BLOGGERS**  
TURISMO DE CALIDAD

**FORMAÇÃO E BLOGGERS**  
TURISMO DE QUALIDADE

## 18-23

**CANDIDATURA A LA UNESCO**  
REDES DE PATRIMONIO

**CANDIDATURA À UNESCO**  
REDES DE PATRIMÓNIO

RESERVA DE LA BIOSFERA  
MESETA IBÉRICA  
RESERVA DA BIOSFERA  
MESETA IBÉRICA

DIRECCIÓN EDITORIAL  
DIREÇÃO EDITORIAL  
Agrupación Europea de Cooperación  
Territorial  
Agrupamento Europeu de Cooperação  
Territorial  
AECT ZASNET

DISEÑO, PAGINACIÓN E IMPRESIÓN  
DESIGN, PAGINAÇÃO E IMPRESSÃO  
Cápsula, Creative Agency

FOTOGRAFÍA  
FOTOGRAFIA  
Ramon Carretero/Shutterstock.com  
(p.2,6)  
Vector99/Shutterstock.com (p.4)  
Teresa Milheiro/Shutterstock.com (p.5)  
Cápsula (p.6,9,18,21,23)  
Jesus Giraldo Gutierrez/Shutterstock.  
com (p.9)  
jjmillan/Shutterstock.com (p.9)  
HQuality/Shutterstock.com (p.9)  
FCG/Shutterstock.com (p.9)  
Zsolt Biczó/Shutterstock.com (p.9)  
mimohe/Shutterstock.com (p.9)  
Esla formación (p.13,14,16)

DISTRIBUCIÓN GRATUITA  
DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

TIRADA  
TIRAGEM  
1000 Ejemplares  
1000 Exemplos



**MESETA  
IBÉRICA**  
RESERVA DE BIOSFERA



# Editorial



**FRANCISCO JOSÉ REQUEJO  
RODRÍGUEZ**

PRESIDENTE DIPUTACIÓN  
ZAMORA

● ES

Desde el pasado 5 de diciembre tengo el honor de presidir la Reserva de la Biosfera Transfronteriza MESETA IBÉRICA.

Iniciamos esta etapa de consolidación de la Reserva con una nueva imagen de la marca corporativa. La nueva imagen MESETA IBÉRICA, se presenta como fuerza movilizadora y orientadora para las gentes de su territorio, al tiempo que consolida a la Reserva en un mercado global de turismo de calidad.

La creación de una imagen común consagra los valores que nos unen y los elementos de identidad compartidos por estas comunidades que han vivido en simbiosis con el medio ambiente: paisaje, fauna, fiestas y tradiciones, gastronomía, patrimonio.

La RBTMI establece un territorio donde el hombre es el elemento común, fundamental para definir paisajes y preservar su biodiversidad. En este contexto, por tanto, la imagen de la Reserva MESETA IBÉRICA presenta el elemento humano en armonía con el medio ambiente, integrado en sus ciclos, que interactúa, comprende y crea, en asociación con las fuerzas naturales que se imponen en el territorio.

Actualmente, unas cincuenta empresas se encuentran bajo el paraguas de la marca MESETA IBÉRICA. Nuestro objetivo es que esta nueva imagen se extienda a todas las comunidades, agentes institucionales y económicos, públicos y privados, para que se adhieran a la marca, a fin de representar cada vez más la calidad y los valores naturales y culturales de esta Reserva.

También en este número, compartimos otros trabajos ejecutados por ZASNET, como entidad gestora de la RBTMI, que resultan decisivos para su impulso en un mercado turístico de calidad: Por un lado, la candidatura de "Máscaras de invierno" a Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad es particularmente importante en la preservación de las docenas de festividades presentes en nuestro territorio. Por otro, las acciones de capacitación y promoción con agentes turísticos, turoperadores y bloggers, contribuyen a afirmar que nuestra Reserva es un territorio de excelencia en la naturaleza y el turismo cultural.

● PT

Desde o passado 5 de dezembro, tenho a honra de presidir à Reserva da Biosfera Transfronteiriça MESETA IBÉRICA. Iniciamos esta etapa de consolidação da Reserva com uma nova imagem da marca corporativa. A nova imagem MESETA IBÉRICA apresenta-se como força mobilizadora e orientadora para as gentes do seu território, ao mesmo tempo que consolida a Reserva num mercado global de turismo de qualidade.

A criação de uma imagem comum consagra os valores que nos unem e os elementos de identidade partilhados por estas comunidades que sempre viveram em simbiose com o meio ambiente: paisagem, fauna, festas e tradições, gastronomia, património.

A RBTMI estabelece um território onde o homem é o elemento comum, fundamental para definir paisagens e preservar a sua biodiversidade. Neste contexto, portanto, a imagem da Reserva MESETA IBÉRICA apresenta o elemento humano em harmonia com o meio ambiente, integrado nos seus ciclos, que interage, compreende e cria, em associação com as forças naturais que se impõem no território.

Atualmente, cerca de cinquenta empresas estão associadas à marca MESETA IBÉRICA. O nosso objetivo é que esta nova imagem se alargue a todas as comunidades, agentes institucionais e económicos, públicos e privados, para que adiram à marca, a fim de representar cada vez mais a qualidade e os valores naturais e culturais desta Reserva.

Também neste número partilhamos outros trabalhos executados pelo ZASNET, como entidade gestora da RBTMI, que são decisivos para o seu impulso num mercado turístico de qualidade: Por um lado, a candidatura das "Máscaras de inverno" a Património Cultural Imaterial da Humanidade é particularmente importante na preservação das dezenas de festividades presentes no nosso território. Por outro lado, as ações de capacitação e promoção com agentes turísticos, operadoras turísticas e bloggers contribuem para afirmar que a nossa Reserva é um território de excelência na natureza e no turismo cultural.

MARCA CORPORATIVA

# Um território, uma identidade, uma imagem

MARCA CORPORATIVA

# Un territorio, una identidad, una imagen



● ES

La Reserva de la Biosfera Meseta Ibérica reúne un inmenso patrimonio paisajístico, fantásticos escenarios creados por hombre y naturaleza. La singular riqueza de la fauna y flora y los trazos culturales nos muestran que el hombre es el elemento común a todos los espacios, el ser que se transfigura y trasciende, que lo une todo. El hombre es una pieza fundamental en el equilibrio del ecosistema.

## El gran desafío

**Cómo crear un discurso visual común y único de un territorio tan vasto y diversificado.**

**LA MARCA RESERVA DE LA BIOSFERA es una marca con el sello de la naturaleza, pero también con el sello de una causa: preservar y asegurar el cambio sostenible. La biosfera integra en sí la dinámica, la fuerza de transformación, el ciclo vital.**

**La nueva marca ha sido pensada para representar la identidad de un territorio unido por la DIVERSIDAD, pero asumiendo la transformación como la esencia de la Reserva de la Biósfera Meseta Ibérica.**

● PT

A Reserva da Biosfera Meseta Ibérica reúne um imenso património paisagístico, fabulosos cenários erguidos por homem e natureza, uma singular riqueza faunística e florística e os traços culturais que nos mostram que o homem é o elemento comum a todos os espaços, o ser que se transfigura e transcende, que tudo une, uma peça fundamental no equilíbrio do ecossistema.

## O grande desafio

**Como criar um discurso visual comum e único de um território tão vasto e diversificado.**

**A MARCA RESERVA DA BIOSFERA é uma marca com o carimbo da natureza, mas também com o carimbo de uma causa: preservar e assegurar a mudança sustentável. A biosfera integra em si a dinâmica, a força de transformação, o ciclo vital.**

**A nova marca foi pensada para representar a identidade de um território unido pela DIVERSIDADE, mas assumindo a transformação como a essência da Reserva da Biosfera Meseta Ibérica.**







# MESETA IBÉRICA

RESERVA DA DE LA BIOSFERA

• ES

## Concepto

### La simbiosis y la relación generosa entre hombre-naturaleza

En el mundo rural la naturaleza y el hombre son indisolubles. La vida social también está marcada por el ritmo de las estaciones del año.

### La máscara representativa del hombre en este ecosistema

Estas enigmáticas figuras descienden de los cultos ancestrales que en cada nuevo ciclo (con el solsticio de invierno) aseguran la renovación de la vida, con la fertilidad de los campos, los hombres y los animales.

#### Conceptos clave:

#ecosistema #conexión #naturaleza #inmensidad  
#ciclodevida #naturalezavirgen #armonía #biosfera  
#protección-preservación #genuino #hombre #simbiosis  
#generosidad #careto #lobo #águila #fuerza #ríos  
#montañas #meseta #valles # altiplano #castillo  
#patrimonioarquitectónico #sostenibilidad #rural  
#frutodelatierra #tipicidad #manual

• PT

## Conceito

### A simbiose e a relação generosa entre homem-natureza

No mundo rural a natureza e o homem são indissociáveis. E a vida em sociedade também é marcada pelo ritmo das estações do ano.

### A máscara representativa do homem neste ecossistema

Estas figuras enigmáticas descendem dos cultos ancestrais que a cada novo ciclo (por altura do solstício de inverno) tentam assegurar a renovação da vida, pela fertilidade dos campos, dos homens e dos animais.

#### Conceitos chave:

#ecossistema #conexão #natureza #imensidão  
#ciclodevida #naturezavirgem #harmonia #biosfera  
#proteção-preservação #genuíno #homem #simbiose  
#generosidade #careto #lobo #águia #força #ríos  
#montanhas #meseta #vales # planalto #castelo  
#patrimónioarquitectónico #sustentabilidade #rural  
#frutodaterra #tipicidade #manual

MESETA  
IBÉRICA  
RESERVA <sup>DA</sup> \ <sup>DE</sup> LA BIOSFERA





• ES

# Interpretación formal y semántica del imagotipo

## 1 círculo\_1 ecosistema

Una forma en círculo que por el movimiento de los elementos que lo componen realiza las ideas de ciclo, movimiento, interacción, vida.

### Águila

Un elemento que refuerza el concepto de biodiversidad y representa otro grupo faunístico, las aves, con gran importancia y representatividad en este territorio. El águila es símbolo de libertad y de visión amplia del ecosistema.

### El careto y el lobo

En una relación de afecto, el centro de la composición y del ecosistema, para representar una relación armónica Hombre-Naturaleza.

El careto que representa el Hombre y su presencia activa de protección, como pieza de este ecosistema, es la celebración de este ciclo. Es la transformación del hombre, en un ser casi "animalesco".

El lobo representa la naturaleza indomable.

### Castillos, ríos, valles, montañas y altiplanos.

La base de este "ecosistema simbólico" está representada por la tierra y por el agua y, simultáneamente, por la representación mimética o de una hoja de roble o de una mano que aprieta y abraza/protege, rodeada de un paisaje de valles donde serpentea un río. Ese río es un espacio vacío que separa la forma del castillo, pero que igualmente envuelve, como si las fronteras que existen se fundieran y se abrazaran. Para reforzar esta idea de "naturaleza sin fronteras" el castillo tiene una doble connotación: la de la muralla que se eleva en su especificidad de defender el territorio y, además, la de un brazo robusto que la abraza y la protege. También hace la asociación cromática con el agua.

• PT

# Interpretação formal e semântica do imagótipo

## 1 círculo\_1 ecossistema

Uma forma em círculo que pelo movimento dos elementos que o compõem realça as ideias de ciclo, movimento, interação, vida.

### Águia

Um elemento que reforça o conceito de biodiversidade e representa outro grupo faunístico, as aves, com grande importância e representatividade neste território. A águia é símbolo de liberdade e de visão ampla do ecossistema.

### O careto e o lobo

Numa relação de afeto, o centro da composição e do ecossistema, a representar relação harmoniosa Homem-Natureza.

O careto que representa o Homem e a sua presença ativa de proteção, enquanto peça deste ecossistema, é a celebração deste ciclo. É a transformação do homem, num ser quase "animalesco".

O lobo representa a natureza indomável.

### Castelos, rios, vales, montanhas e planaltos.

A base deste "ecossistema simbólico" está representada pela terra e pela água e, em simultâneo, pela representação mimética ora de uma folha de carvalho ou de uma mão que aperta e abraça/protege, ora de uma paisagem de vales onde serpenteia um rio. Esse rio é um espaço vazio que separa a forma do castelo, mas que igualmente envolve, como se as fronteiras que existem se fundissem e se abraçassem. Para reforçar esta ideia de "natureza sem fronteiras" o castelo tem a dupla conotação da muralha que se eleva nesta sua especificidade de defender o território, além de um braço robusto que abraça e protege. Faz também a associação cromática à água.

• ES



## El color y textura #genuino #rural #rústico #natural

De los 2 países, Portugal y España,  
de los paisajes y de su fauna,  
de los sabores y olores,  
del calor y del frío,  
de los trajes y máscaras que celebran  
los rituales solsticiales de invierno.



• PT

## A cor e textura #genuíno #rural #rústico #natural

De 2 países, Portugal e Espanha,  
das paisagens e da sua fauna,  
dos sabores e cheiros,  
do calor e do frío,  
dos trajes e máscaras que celebran  
os rituais solsticiais de inverno.



# Concurso público

Además de los 12 lotes adjudicados por concurso público y ya presentados en el primer número de nuestra revista, este proyecto incluye dos lotes más que han sido atribuidos por Adjudicación Directa.

## Certificación BIOSPHERE RESPONSIBLE TOURISM

### EQUILIBRIO AMBIENTAL, ECONÓMICO Y SOCIOCULTURAL

Esta certificación tiene como objetivo implementar en el territorio de la Reserva Biosfera Meseta Ibérica el referencial normativo internacional BIOSPHERE RESPONSIBLE TOURISM DESTINATION, una etapa fundamental para el objetivo de preservar valores en armonía con la dinamización económica de las regiones.

Este es el modelo turístico que se pretende para la RBTMI, un destino biosfera, que promueva el equilibrio entre patrimonio ambiental, el aprovechamiento de oportunidades económicas y los valores socio-culturales, orientado para combatir las alteraciones climáticas. Esta certificación reconoce el esfuerzo de los destinos turísticos asegurando la sustentabilidad de su oferta turística, la satisfacción de sus clientes y la mejoría continua. Se trata de una certificación que crea oportunidades de concebir productos y servicios con un nuevo modelo de turismo no agresivo, satisfaciendo las necesidades actuales de los clientes y usuarios, sin comprometer las generaciones futuras.

## Plan para implantación de la señalización turística de la RBTMI

### CONOCER EL TERRITORIO

La señalización turística es una etapa decisiva para la sensibilización del territorio por parte de las comunidades locales y de los turistas, identificando los recursos naturales, culturales y etnográficos. En una Reserva tan extensa, en que 38,6% del territorio está integrado en la Red Natura 2000 y en espacios naturales protegidos, esta señalización permite la consolidación o creación de nuevos destinos, y dentro de ellos, de productos y servicios enmarcados en la marca Reserva de la Biosfera Meseta Ibérica, favoreciendo y facilitando la circulación de visitantes dentro del territorio.

Este proyecto es también de gran importancia para que las instituciones, agentes económicos y comunidades locales profundicen en su conocimiento del patrimonio de la Reserva, promoviendo una identidad común y el aprovechamiento de oportunidades.

# Concurso público

Para além dos 12 lotes adjudicados por concurso público e já apresentados no primeiro número da nossa revista, este projeto inclui mais dois lotes que foram atribuídos por Adjudicação Direta.

## Certificação BIOSPHERE RESPONSIBLE TOURISM

### EQUILÍBRIO AMBIENTAL, ECONÓMICO E SOCIOCULTURAL

Esta certificação visa implementar no território da Reserva Biosfera Meseta Ibérica o referencial normativo internacional BIOSPHERE RESPONSIBLE TOURISM DESTINATION, uma etapa fundamental para o objetivo de preservar valores em harmonia com a dinamização económica das regiões.

Este é o modelo turístico que se pretende para a RBTMI, um destino biosfera, que promove o equilíbrio entre património ambiental, aproveitamento de oportunidades económicas e valores sócio-culturais, orientado para o combate às alterações climáticas. Esta certificação reconhece o esforço dos destinos turísticos em assegurar a sustentabilidade da sua oferta turística, a satisfação dos seus clientes e a melhoria contínua. Uma certificação que cria oportunidades de conceber produtos e serviços com um novo modelo de turismo não agressivo, satisfazendo as necessidades actuais dos clientes e utilizadores, sem comprometer as gerações futuras.

## Plano para implantação da sinalização turística da RBTMI

### CONHECER O TERRITÓRIO

A sinalização turística é uma etapa decisiva para a consciencialização do território por parte das comunidades locais e dos turistas, identificando recursos naturais, culturais e etnográficos. Numa Reserva tão extensa, em que 38,6% do território está integrado na Rede Natura 2000 e em espaços naturais protegidos, esta sinalização permite a consolidação ou criação de novos destinos, e dentro deles, de produtos e serviços enquadrados na marca Reserva da Biosfera Meseta Ibérica, favorecendo e facilitando a circulação de visitantes dentro do território.

Este projeto é também de grande importância para que as instituições, agentes económicos e comunidades locais aprofundem o seu conhecimento do património da Reserva, promovendo uma identidade comum e o aproveitamento de oportunidades.

FORMACIÓN Y BLOGGERS

# Turismo de calidad

FORMAÇÃO E BLOGGERS

# Turismo de qualidade



• ES

## Formación específica para el sector del turismo y organización del I Encuentro Internacional de Bloggers de Turismo

El sector turístico ha sido profundamente afectado con Internet, creándose nuevos procesos de planificación, organización, promoción y venta de ofertas a nivel global. La generalización de Internet, la aparición de redes sociales y la diseminación de nuevos espacios de comunicación entre diferentes públicos, creó nuevas oportunidades y medios de divulgación en el mercado turístico. Los paquetes no son hoy exclusivos de las agencias y la presentación de las ofertas no depende solo de los hoteles, regiones de turismo o prensa especializada. Así como ha ocurrido en muchas otras áreas, Internet ha ofrecido espacios para compartir experiencias, permitiendo que ciudadanos anónimos dispongan de medios para expresar opiniones y preferencias. Con las redes sociales, canales youtube y blogs surgieron nuevos líderes de opinión, que influyen en las diferentes áreas, que son hoy compañeros fundamentales y estratégicos en la divulgación y promoción de las ofertas turísticas.

La Reserva de la Biosfera Meseta Ibérica es una Marca de calidad que abarca un territorio de inmensas riquezas naturales y culturales, capaz de seducir y enamorar a todos los que le gusta el turismo de experiencias, que buscan regiones supervivientes al efecto devastador del

turismo en masa, que valoran espacios que preservan valores tradicionales, testimonios de una fantástica y larga historia geológica, natural y humana. La RBTMI posibilita la observación y la aproximación responsable, pero intensa y emocionante, a especies de fauna y flora admirables, el descubrimiento de paisajes deslumbrantes y la entrada en las comunidades. Éstas todavía son un testigo vivo de prácticas culturales, agrícolas y de modos de vida que preservaron la biosfera, hecho excepcional en casi todo el continente europeo.

## Acciones Formativas

En este lote se realizaron cuatro acciones formativas, de treinta horas cada una, en Benavente, Bragança, Mirandela y Zamora, con el objetivo de formar a los alumnos en la utilización de la informática y de las nuevas tecnologías, para que puedan desempeñar las funciones de marketing en la promoción del turismo.

En estas formaciones se profundizó en los contenidos y las técnicas en el área de marketing digital, para dotar a los profesionales del sector del turismo los conocimientos y la cualificación necesaria para promover y divulgar sus productos turísticos.

La formación se inició analizando historias y casos de éxito de agencias de viajes, restaurantes y hoteles, que a través de las nuevas tecnologías, consiguieron llamar la atención de clientes y promover productos y servicios, motivando al público a compartir sus experiencias.

Los alumnos fueron conscientes de la importancia



de la estrategia de SEO (Search Engine Optimization), posicionamiento natural en motores de búsqueda, que es uno de los procesos fundamentales para el éxito en estos medios de comunicación. Es imprescindible planificar y generar una buena lista de palabras clave, en base a las cuales orienta y enfoca el contenido para los usuarios, segmentando por intenciones de búsqueda. Las localizaciones y el "Linkbuilding", el posicionamiento pagado, las campañas de Google Adwords y de anuncios en banners son métodos fundamentales en la optimización de esta estrategia.

En la formación se destacó la relevancia del Google en el marketing digital, la importancia del posicionamiento en los motores de búsqueda, de qué forma las urls han generado cambios de comportamiento en las webs y en el proceso de compraventa de los consumidores.

Con el tema "Turismo 2.0", se abordaron las principales Redes Sociales, su influencia en el turismo, su impacto antes, durante y después de los viajes, el valor de las recomendaciones y el proceso de socialización de la experiencia de viaje, de la gastronomía y del turismo. En este ámbito, se profundizó en las técnicas de creación de contenidos para las redes sociales y los medios para hacer estas redes rentables, destacándose la publicidad, la importancia de la presencia regular y los procesos de fidelización de clientes.

Al abordar el marketing digital, la formación sensibilizó de la obligatoriedad de conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos, identificar potenciales segmentos de mercado, evaluar el potencial interés, orientar la empresa en la búsqueda de esas oportunidades y diseñar un plan de acción o roadmap que alcance los objetivos pretendidos. La integración de diferentes canales, herramientas y el desarrollo previo de un plan de marketing es fundamental para, en un mercado global y competitivo, alcanzar objetivos y tener capacidad de respuesta rápida a los cambios.

En esta formación también se desarrollaron contenidos sobre marketing de contenidos, técnicas de creación de marketing viral, las múltiples herramientas de e-commerce, reputación en línea, la importancia de los bloggers de viajes y el papel de los dispositivos móviles en las investigaciones y tomas de decisión - apps más utilizadas y la creación/adecuación de contenidos audiovisuales para estos medios.

## I Encuentro Internacional de Bloggers de Turismo

Este evento transcurrió el día 12 de abril en Zamora y creó una oportunidad única para que personalidades con impacto en las redes sociales, con miles de seguidores, pudieran descubrir algunas de las mayores riquezas culturales y naturales de la Reserva de la Biosfera Meseta Ibérica.

### PROGRAMA

#### 11:00H - 11:15H • APERTURA DEL EVENTO.

- Bienvenida de los asistentes y participantes. Café de media mañana.

#### 11:15H - 13:00H • VISITA GUIADA.

- Ruta por los lugares de interés turístico de Zamora.

#### 13:00H - 13:30H • INICIATIVAS TURISMO-GASTRONÓMICAS.

- Exposición de productos típicos de Portugal y España.

#### 13:30H - 15:00H • TURISMO GASTRONÓMICO.

- Catering con presentación y degustación de platos típicos y tradicionales de la zona.

#### 15:00H • PRESENTACIÓN DE BLOGGERS INVITADOS Y DEMÁS PARTICIPANTES.

- Presentación experiencias España.
- Presentación experiencias Portugal.
- Networking y despedida.

### PARTICIPANTES EN EL EVENTO

#### REDES SOCIALES

- Regressar às Origens  
<https://www.facebook.com/regressarasorigens/>
- Razi Travel  
<https://www.facebook.com/razitravel/>
- Diana Guerra  
<https://www.facebook.com/JasonAssociates/>

#### BLOGS

- Alma de Viajante  
<https://www.almadeviajante.com/>
- Mochileando por el Mundo  
<https://www.mochileandoporelmundo.com/>
- Imanes de viaje  
<https://imanesdeviaje.com/>
- Mola Viajar  
<https://www.molaviajar.com/>
- Machbel  
<https://machbel.com/>
- Gaviota Viajera  
<https://www.lagaviotaviajera.com/>
- Wander On World  
<https://www.wanderonworld.com/>
- Paco Nadal  
[https://elpais.com/agr/paco\\_nadal/a](https://elpais.com/agr/paco_nadal/a)
- Sin parar de viajar  
<https://sinparardeviajar.com/>
- Susana Ribeiro  
<https://www.viajecomigo.com/>

#### PERSONALIDADES RELACIONADAS CON EL TURISMO

- Ángela Delgado y António Henriques  
**Participantes de EXPERIENCIA ZASNET, escogidos para realizar el recorrido a lo largo de las rutas del proyecto.**
- David Fernández  
**Vencedor de la III Edición de los Premios Talento en Zamora, con su interesante proyecto y tema de Turismo Cinematográfico.**
- Luciana Warnowski  
**En Brasil, se dedica a la artesanía, llevando el arte a cualquier lugar, adora viajar y muchas veces visita España y Portugal.**

• PT

## Formação específica para o setor do turismo e organização do I Encontro Internacional de Bloggers de Turismo

O setor turístico foi profundamente afetado com a internet, criando-se novos processos de planeamento, organização, promoção e venda de ofertas a nível global. A generalização da internet, o aparecimento de redes sociais e a disseminação de novos espaços de comunicação entre os mais diferentes públicos, veio criar novas oportunidades e meios de divulgação no mercado turístico. Os pacotes não são hoje exclusivos das agências e a apresentação das ofertas não dependem apenas dos hotéis, regiões de turismo ou imprensa especializada. Tal como aconteceu em tantas outras áreas, a internet veio oferecer espaços para partilha de experiências, permitindo que cidadãos anónimos passassem a dispor de meios para expressarem opiniões e preferências. Com as redes sociais, canais youtube e blogs surgiram novos líderes de opinião, influenciadores nas mais diferentes áreas, que são hoje parceiros fundamentais e estratégicos na divulgação e promoção de ofertas turísticas.

A Reserva da Biosfera Meseta Ibérica é uma Marca de qualidade que abarca um território de imensas riquezas naturais e culturais, capaz de seduzir e apaixonar todos os que gostam de turismo experiencial, que procuram

regiões sobreviventes ao efeito devastador do turismo massificado, que valorizam espaços que preservam valores ancestrais, testemunhos de uma fantástica e longa história geológica, natural e humana. A RBMTI possibilita a observação e a aproximação responsável, mas intensa e emocionante, a espécies de fauna e flora admiráveis, a descoberta de paisagens deslumbrantes e a entrada em comunidades que ainda são um testemunho vivo de práticas culturais, agrícolas e de modos de vida que preservaram a biosfera, já tão raro em quase todo o continente europeu.

## Ações de Formação

Neste lote realizaram-se quatro ações de formação, de trinta horas cada, em Benavente, Bragança, Mirandela e Zamora, com o objetivo de formar os alunos na utilização de computadores e das novas tecnologias, para que possam desempenhar as funções de marketing na promoção do turismo.

Nestas formações foram aprofundados conteúdos e técnicas na área de marketing digital, de forma a oferecer aos profissionais do setor do turismo os conhecimentos e as competências necessárias para promover e divulgar os seus produtos turísticos.

A formação iniciou-se pela análise de histórias e casos de sucesso de agências de viagens, restaurantes ou hotéis que através das novas tecnologias conseguiram chamar a atenção de clientes e promover produtos e serviços,



motivando públicos a replicarem as suas partilhas.

Os formandos foram sensibilizados para a importância da estratégia de SEO (Search Engine Optimization), posicionamento natural em motores de busca, que é um dos processos fundamentais para o sucesso nestes meios de comunicação. É imprescindível planificar e gerar uma boa lista de palavras-chave, com base nas quais se orienta e foca o conteúdo para os utilizadores, segmentando por intenções de pesquisa. As localizações e o “Linkbuilding”, o posicionamento pago, as campanhas de Google Adwords e de anúncios em banners são métodos fundamentais na otimização desta estratégia.

Na formação destacou-se a relevância do Google no marketing digital, a importância do posicionamento nos motores de busca, de que forma os urls têm gerado mudanças de comportamento nos sites e no processo de compra dos consumidores.

Relativamente ao tema “Turismo 2.0”, abordaram-se as principais Redes Sociais, a sua influência no turismo, o seu impacto antes, durante e depois das viagens, o valor das recomendações e o processo de socialização da experiência de viagem, da gastronomia e do turismo. Neste âmbito, aprofundaram-se técnicas de criação de conteúdos para redes sociais e meios para tornar estas redes rentáveis, destacando-se a publicidade, a importância da presença regular e processos de fidelização de clientes.

Na abordagem ao marketing online, a formação sensibilizou para a obrigatoriedade de conhecer as necessidades atuais e futuras dos nossos clientes, localizar novos nichos, identificar potenciais segmentos de mercado, avaliar o potencial e interesse, orientar a empresa na procura dessas oportunidades e desenhar um plano de ação ou roadmap que atinja os objetivos pretendidos. A integração de diferentes canais, ferramentas e o desenvolvimento prévio de um plano de marketing é fundamental para, num mercado global e competitivo, alcançar objetivos e ter capacidade de resposta célere às mudanças.

Nesta formação foram ainda desenvolvidos conteúdos sobre marketing de conteúdos, técnicas de criação de marketing viral, as múltiplas ferramentas de e-commerce, reputação em linha, a importância dos bloggers de viagens e o papel dos dispositivos móveis nas pesquisas e tomadas de decisão - apps mais utilizadas e a criação / adequação de conteúdos audiovisuais para estes meios.

## I Encontro Internacional de Bloggers de Turismo

Este evento decorreu no dia 12 de abril em Zamora criou uma oportunidade única para que personalidades com impacto nas redes sociais, com milhares de seguidores, pudessem descobrir algumas das maiores riquezas culturais e naturais da Reserva da Biosfera Meseta Ibérica.

### PROGRAMA

#### 11:00H - 11:15H • ABERTURA DO EVENTO.

- Boas-vindas aos assistentes e participantes. Coffee Break.

#### 11:15H - 13:00H • VISITA GUIADA.

- Percurso pelas principais atrações turísticas de Zamora.

#### 13:00H - 13:30H • INICIATIVAS DE TURISMO GASTRONÓMICO.

- Exposição de produtos típicos de Portugal e Espanha.

#### 13:30H - 15:00H • TURISMO GASTRONÓMICO.

- Catering com apresentação e degustação de pratos típicos e tradicionais da zona.

#### 15:00H • Apresentações dos bloggers convidados e outros participantes:

- Experiências em Espanha.
- Experiências em Portugal.
- Networking e encerramento.

### PARTICIPANTES NO EVENTO

#### REDES SOCIAIS

- Regressar às Origens  
<https://www.facebook.com/regressarasorigens/>
- Razi Travel  
<https://www.facebook.com/razitravel/>
- Diana Guerra  
<https://www.facebook.com/JasonAssociates/>

#### BLOGS

- Alma de Viajante  
<https://www.almadeviajante.com/>
- Mochileando por el Mundo  
<https://www.mochileandoporelmundo.com/>
- Imanes de viaje  
<https://imanesdeviaje.com/>
- Mola Viajar  
<https://www.molaviajar.com/>
- Machbel  
<https://machbel.com/>
- Gaviota Viajera  
<https://www.lagaviotaviajera.com/>
- Wander On World  
<https://www.wanderonworld.com/>
- Paco Nadal  
[https://elpais.com/agr/paco\\_nadal/a](https://elpais.com/agr/paco_nadal/a)
- Sin parar de viajar  
<https://sinparardeviajar.com/>
- Susana Ribeiro  
<https://www.viajecomigo.com/>

#### PERSONALIDADES RELACIONADAS COM O TURISMO

- Ángela Delgado y António Henriques  
**Participantes da EXPERIÊNCIA ZASNET, escolhidos para realizar o percurso ao longo das rotas do projeto.**
- David Fernández  
**Vencedor da III Edição dos Prémios Talento em Zamora, com o seu interessante projecto e tema de Turismo Cinematográfico.**
- Luciana Warnowski  
**No Brasil, dedica-se ao artesanato, levando a arte a qualquer lugar, adora viajar e muitas vezes visita Espanha e Portugal.**

CANDIDATURA A LA UNESCO

# Redes de patrimonio

CANDIDATURA À UNESCO

# Redes de património



## Simposio "Patrimonialización de las mascaradas y su valorización como Patrimonio Cultural Inmaterial"

En el ámbito abordado por el lote 7, se reunieron en Alcañices (Zamora) varios especialistas en mascaradas de España (Zamora y Salamanca) y Trás-os-Montes (Terra Fria y Terra Quente) para debatir sobre esta tradición que, durante el invierno, incorpora alegorías sobre la renovación de la naturaleza y conjura los males que amenazan las comunidades. En este simposio, que transcurrió el día 31 de mayo, se debatió también sobre los cambios que los antiguos ritos agrarios sufrieron y continúan sufriendo en un nuevo contexto global y urbano. Esta actividad fue coordinada por Pilar Panero, Secretaria de la Cátedra de Estudios sobre Tradición (Universidad de Valladolid).

En el territorio de la Terra Quente y Terra Fria transmontana y en las provincias de Salamanca y Zamora se conservan cincuenta y una mascaradas de invierno con diferentes grados de vitalidad. En todos los casos son un referente para las comunidades en las que se celebran estos ritos. Estas manifestaciones son importantes para la economía en las regiones, bastante afectadas por el decrecimiento demográfico y el aislamiento económico. Se puede decir, por lo menos en la mayoría de los casos, que ninguna de estas fiestas tiene el futuro asegurado, pero en la mayoría también se puede afirmar que las comunidades se implican al máximo para mantener viva la tradición heredada de los antepasados.

En las mascaradas, que tienen características comunes, aunque no hay ninguna exactamente igual a otra, su gran valor no reside en los elementos llamativos o siniestros - máscaras, indumentaria, música - , sino en su capacidad identitaria. Las comunidades participan del rito incluyendo a los que las habitan, pero también a los emigrantes que retornan.

La carga simbólica y la crítica social son los valores que han hecho que algunas mascaradas sobrevivan y otras se hayan recuperado. Es necesario reflexionar con las comunidades que continúan celebrando el caos invernal de la naturaleza y con todos los interesados en estas bellas tradiciones sobre su vigor y futuro.

**"Las mascaradas son ritos desarrollados en torno a constantes como la fertilidad, la iniciación, la lucha de opuestos y la purificación en medio del desbarajuste invernal de la naturaleza. Estos ritos propician la abundancia y el renacer de la vida en el año nuevo y en un territorio pequeño (Zamora, Trás-os-Montes y Salamanca), en el siglo XXI se conservan cincuenta y una mascaradas**

**con máscara, siendo estos elementos centrales en las celebraciones. Lo más característico de este territorio es que en un espacio relativamente pequeño se conservan o se han recuperado todos los elementos de las mascaradas europeas. La zona condensa la riqueza cultural europea que, a pesar de las modificaciones continuas, funcionan en los nuevos contextos urbanos".**

PILAR PANERO GARCÍA

### PROGRAMA

#### 10:00H – 10:30H: ACTO DE APERTURA

- Jesús María Lorenzo Más, Alcalde de Alcañices.
- Christoph Karl Abert Kaspar Strieder, Presidente ZASNET.
- Hernâni Dias, Vicepresidente ZASNET.
- Berta Nunes, Alcalde de Alfândega de Fé.
- Jorge Fidalgo, Alcalde de Vimioso.
- Chabela de la Torre Olvera, Diputación Salamanca.
- José Luis Prieto Calderón, Diputación de Zamora.

#### 10:30H – 11:45H: JUAN FRANCISCO BLANCO, INSTITUTO DE LAS IDENTIDADES. DIPUTACIÓN DE SALAMANCA.

- "La valorización de las mascaradas de Salamanca como Patrimonio Cultural Inmaterial".

#### 12:15H – 13:00H: ROBERTO CARLOS DE MORAIS AFONSO, ACADEMIA IBÉRICA DE LA MÁSCARA.

- "La valorización de las mascaradas de Trás-os-Montes como Patrimonio Cultural Inmaterial."

#### 13:00H – 13:45H: ÓSCAR J. GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, INVESTIGADOR INDEPENDIENTE.

- La valorización de las mascaradas de Zamora como Patrimonio Cultural Inmaterial.

#### 15:45H – 17:30H: MESA REDONDA: "LA VALORIZACIÓN DE LAS MASCARADAS DEL ANTIGUO TERRITORIO ZOELA COMO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL".

- Javier Pérez Andrés, Periodista (Moderador).
- José Luis Alonso Ponga, Universidade de Valladolid.
- António André Pinelo Tiza, Academia Ibérica de la Máscara.
- José Luis Puerto Hernández, Poeta, traductor y editor.
- António Rodrigues Mourinho, Universidad de Oporto – Universidad de Valladolid.

Coordinación Científica: M<sup>a</sup> Pilar Panero García. Universidad de Valladolid.  
Coordinación Administrativa: César Sánchez Domínguez.  
Universidad de Salamanca – IDimás Gestión.

## Investigación, estudios y presentación de la candidatura a UNESCO

El principal objetivo de este lote es compilar las festividades de invierno del territorio ZASNET, construyendo una base de datos exhaustiva de todo el patrimonio existente, por territorio, localidad, nombre de la celebración y fecha, para promover una candidatura conjunta a UNESCO para la declaración de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.

## Acciones ejecutadas

Este proyecto se inició con la creación de una base de datos exhaustiva de las Fiestas de Invierno del territorio ZASNET, contactando por correo y/o por teléfono con ochocientas diecinueve localidades. Se realizaron entrevistas con agentes sociales y actores-llave y se hizo un estado de la cuestión de la bibliografía y los documentos audiovisuales.

En paralelo, se implementaron actividades de divulgación y acciones de sensibilización con el objetivo de crear sinergias y añadir valor a todos los datos y contenidos compilados. En este contexto, el trabajo en red fue realizado a través del contacto con todas las partes interesadas de las diferentes localidades con máscaras de Invierno en el territorio ZASNET - asociaciones, ayuntamientos, juntas de freguesía, mancomunidades, grupos de acción local y otras entidades como la Academia Ibérica da Máscara y los artesanos de los tres territorios.

Con la organización del Simposio, reuniendo algunos de los mejores especialistas en esta área, se pretendió fortalecer los lazos entre todos los agentes, contextualizar los trabajos desarrollados, identificar problemas y orientaciones, compartir estrategias, consolidar conocimientos y definir líneas de actuación.

En el ámbito de este lote, fueron diseñadas Redes de Patrimonio Cultural y Arquitectónico, relacionadas con el patrimonio cultural material de todo el territorio del ZASNET, a través de la elaboración de un inventario de redes de patrimonio de fortificaciones/húcleos arqueológicos preromanos, museos, centros de interpretación, aldeas fronterizas, arquitectura rural tradicional, la Ruta del Contrabando, el Camino de Santiago y la Ruta de la Plata.

El objetivo principal de los trabajos desarrollados ha sido la preparación de la candidatura conjunta a la UNESCO: "Mascaradas de invierno de la Raya Ibérica en el antiguo territorio Zoela: Trás-os-Montes, Zamora y Salamanca" como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. En este sentido, se han realizado ya reuniones con UNESCO en Madrid para conocer en detalle el proceso de candidatura y se han tenido contactos con instituciones y sus principales agentes en España y Portugal para preparar

documentación para la UNESCO. Para la creación del primer borrador del formulario oficial se efectuaron reuniones con representantes de la Dirección General del Patrimonio Cultural de la Junta de Castilla y León, se definió el objeto cultural de la candidatura y se enviaron más de ciento veinte cartas de apoyo a las instituciones de España y Portugal implicadas. El trabajo fue coordinado por IDimás Gestión, empresa encargada del lote 7.

• PT

## Simpósio "Patrimonialização das mascaradas e sua valorização como Património Cultural Imaterial"



No âmbito do Lote 7, reuniram-se, em Alcañices (Zamora), vários especialistas em mascaradas de Espanha (Zamora e Salamanca) e Trás-os-Montes (Terra Fria e Terra Quente) para debater sobre esta tradição que, durante o inverno, incorpora alegorias sobre a renovação da natureza e esconjura os males que ameaçam as comunidades. Neste simpósio, que decorreu no dia 31 de maio, debateu-se também sobre as mudanças que os antigos ritos agrários sofreram e continuam a sofrer num novo contexto global e urbano. Este evento foi coordenado por Pilar Panero, secretária da Cátedra de Estudos sobre Tradição, Universidade de Valladolid.

No território de Terra Quente e Terra Fria transmontana e nas províncias de Salamanca e Zamora são conservadas cinquenta e uma mascaradas de inverno com diferentes



graus de vitalidade. Em todos os casos são referências das comunidades em que se celebram os seus ritos. Estas manifestações são importantes para a economia em algumas regiões, bastante afetadas pelo decréscimo demográfico e o isolamento económico. Pode-se dizer, pelo menos na maioria dos casos, que nenhuma destas festas tem o futuro assegurado, mas na maioria também se pode afirmar que as comunidades fazem o seu melhor para manter viva a tradição herdada dos mais velhos.

Nas mascaradas (embora tenham características comuns, não há uma exactamente igual a outra), o seu grande valor não reside nos elementos criativos ou sinistros das máscaras nem nas roupas, na música ou nas obras de artistas e profissionais, mas sim na força da participação da comunidade como um todo, dos vizinhos, dos que permanecem no meio ambiente e dos emigrantes que retornam e se identificam com elas.

A carga simbólica e a crítica social são os poderes que fizeram algumas das mascaradas sobreviverem e outras recuperarem de acordo com os altos e baixos da história. É necessário refletir com as comunidades que continuam a celebrar o caos invernal da natureza e com todos os interessados nestas belas tradições sobre seu vigor e futuro.

**“As mascaradas são ritos desenvolvidos em torno de constantes como a fertilidade, a iniciação, a luta dos opostos e a purificação no meio da agitação invernal da natureza. Estes**

**ritos incentivam a abundância e o renascimento da vida no novo ano e num pequeno território (Zamora, Trás-os-Montes e Salamanca), no século XXI, ainda se conservam cinquenta e uma máscaras, sendo estes elementos centrais nas celebrações. O mais singular nas celebrações deste território é que num espaço relativamente pequeno preservam-se ou foram recuperados todos os elementos das mascaradas europeias. A área condensa a riqueza cultural europeia que, apesar das contínuas modificações, funciona nos novos contextos urbanos”.**

PILAR PANERO GARCÍA

#### PROGRAMA

##### 10:00H – 10:30H: ATO DE ABERTURA

- Jesús María Lorenzo Más, Alcalde de Alcañices.
- Christoph Karl Abert Kaspar Strieder, Presidente ZASNET.
- Hernâni Dias, Vicepresidente ZASNET.
- Berta Nunes, Presidenta de Câmara Municipal de Alfândega de Fé.
- Jorge Fidalgo, Presidente de Câmara Municipal de Vimioso.

- Chabela de la Torre Olvera, Diputación Salamanca.
- José Luis Prieto Calderón, Diputación de Zamora.

#### **10:30H – 11:45H: JUAN FRANCISCO BLANCO, INSTITUTO DAS IDENTIDADES. DIPUTACIÓN DE SALAMANCA.**

- “A valorização das mascaradas de Salamanca como Património Cultural Imaterial”.

#### **12:15H – 13:00H: ROBERTO CARLOS DE MORAIS AFONSO, ACADEMIA IBÉRICA DA MÁSCARA.**

- “A valorização das mascaradas de Trás-os-Montes como Património Cultural Imaterial.”

#### **13:00H – 13:45H: ÓSCAR J. GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, INVESTIGADOR INDEPENDENTE.**

- A valorização das mascaradas de Zamora como Património Cultural Imaterial.

#### **15:45H – 17:30H: MESA REDONDA: “A VALORIZAÇÃO DAS MASCARADAS DO ANTIGO TERRITÓRIO ZOELA COMO PATRIMÓNIO CULTURAL IMATERIAL”.**

- Javier Pérez Andrés, Jornalista (Moderador).
- José Luis Alonso Ponga, Universidade de Valladolid.
- António André Pinelo Tiza, Academia Ibérica da Máscara.
- José Luis Puerto Hernández, Poeta, tradutor e editor.
- António Rodrigues Mourinho, Universidade do Porto – Universidade de Valladolid.

Coordenação Científica: M<sup>o</sup> Pilar Panero García. Universidad de Valladolid.  
 Coordenação Administrativa: César Sánchez Domínguez. Universidad de Salamanca – IDimás Gestión.

## **Pesquisa, estudos e apresentação da candidatura à UNESCO**

O principal objetivo deste lote é o de compilar as festividades de inverno do território ZASNET, construindo uma base de dados exaustiva de todo o património existente, por território, localidade, nome da celebração e data, de forma a promover uma candidatura conjunta à UNESCO para declaração de Património Imaterial da Humanidade.

## **Ações executadas**

Este projeto iniciou-se com a criação de uma base de dados exaustiva das Festas de Inverno do território ZASNET, contactando-se por email e/ou telefone 819 localidades, realizando-se entrevistas com agentes sociais e atores-chave em diferentes localidades e promovendo uma pesquisa de bibliografia existente - documentação em arquivos, consulta bibliográfica, arquivo documental e audiovisual.

Em sequência, implementaram-se atividades de divulgação e ações de sensibilização com o objetivo de criar sinergias e acrescentar valor a todos os dados e conteúdos compilados. Neste contexto, o trabalho em rede foi realizado através do contacto com todas as partes interessadas das diferentes localidades com máscaras de Inverno no território ZASNET - associações, câmaras municipais, juntas da freguesia, comunidades, grupos de ação local e várias outras entidades como a Academia Ibérica da Máscara e Artesãos dos três territórios.

Com a organização do Simpósio, reunindo alguns dos melhores especialistas nesta área, pretendeu-se fortalecer os laços entre todos os agentes, contextualizar os trabalhos desenvolvidos, identificar problemas e orientações, partilhar estratégias, solidificar conhecimentos e definir caminhos a seguir.

No âmbito deste lote, foram desenhadas Redes de Património Cultural e Arquitetónico, relacionadas com o património cultural material de todo o território do ZASNET, através da elaboração de um inventário de redes de património de fortificações/núcleos arqueológicos pré-românicos, museus, centros de interpretação, aldeias fronteiriças, arquitetura rural tradicional, a Rota do Contrabando, a Via do Peregrino a Santiago e a Rota do Caminho Romano.

Os trabalhos desenvolvidos têm como principal objetivo a preparação da candidatura conjunta à UNESCO: “Máscaras de inverno da Raia Ibérica do antigo território Zoela: Trás-os-Montes, Zamora e Salamanca” como Património Imaterial da Humanidade. Neste sentido, realizaram-se já reuniões com a UNESCO em Madrid para conhecer em detalhe o processo de candidatura e fizeram-se contactos com instituições e seus principais agentes em Espanha e Portugal para preparar documentação para a UNESCO. Para a criação do primeiro rascunho do formulário oficial efetuaram-se reuniões com a Direção Geral do Património Cultural da Junta de Castilla y León, definiu-se o objeto cultural da candidatura e enviaram-se mais de 120 cartas de apoio a todas as instituições de Espanha e Portugal. O trabalho foi coordenado pela IDimás Gestión, empresa responsável pelo lote 7.



Meseta Ibérica - Reserva da Biosfera

# Homem e Natureza em Pleno.

Meseta Ibérica - Reserva de la Biosfera

# Hombre y Naturaleza en su Totalidad.

MESETA  
IBÉRICA  
RESERVA DA LA BIOSFERA

