Aldeias do Xisto – Um novo Destino no Centro de Portugal

PINUS VERDE – ASSOCIAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO * [pinusverde@pinusverde.pt]

Imagine um território de enorme beleza e infinitas possibilidades de lazer. Imagine que atravessa um portal mágico que lhe dá acesso a um mundo povoado por sensações únicas de descoberta e de comunhão com a natureza. Por entre as serranias verdejantes do interior de Portugal existem aldeias onde o xisto brota do chão e dá forma às casas. Habitadas por gentes de uma simpatia contagiante e guardiãs de tradições antigas, descobrimos nelas a verdade das paisagens, a mestria das suas artes, o delicado labor dos seus produtos artesanais e o calor das suas histórias. Saboreamos o mel, a doçaria, o pão, o queijo e o azeite, sentimos o toque do linho, inspiramos o odor das plantas aromáticas, ouvimos a música dos rebanhos… sentimos a sensação de sentir, profundamente.

Hoje a aldeia reassume a centralidade no nosso mundo, mas por opção. Todos os dias nas Aldeias do Xisto assistimos ao ressurgir de novas comunidades, que voltam a insuflar de vida esses espaços de partilha. São pessoas em busca de um novo estilo de vida, em comunhão com as populações locais e as suas tradições. A aldeia reclama o seu lugar de direito na vida moderna e serve-se das suas ferramentas para moldar alternativas.

As pessoas e empresas que fazem das Aldeias do Xisto o centro do seu mundo têm, em comum, a vontade de que a preservação e a promoção do meio rural sejam os pilares de um novo estilo de vida e de uma nova economia sustentada. A agregação de

* **Pinus Verde- Associação de Desenvolvimento** – Centro Dinamizador das Aldeias do Xisto – Casa Grande, Barroca – 6230-137 Fundão
Tel.: 275 647 342 / 036 – Fax: 275 647 343 – www.aldeiasdoxisto.pt

agentes privados em redor do Plano Global das Aldeias do Xisto, a malha de interesses dinâmicos que a partir delas constrói a consciência de um território, o trabalho diário e conjunto de instituições e empresas (muitas delas concorrentes) em prol de valores comuns, enfim, tudo o que gira em redor das aldeias, é fruto de uma vontade indómita para que seja construído ali o centro de um novo mundo.

A adrenalina é um ingrediente essencial e os percursos são inesgotáveis, para descobrir a pé, de bicicleta ou de jipe, atravessando horizontes de serras ondulando ao ritmo da respiração da terra. Ou então, escalando penedos, deslizando acima do chão em *slide* e descendo escarpas em *rappel*. Algumas das melhores especialidades gastronómicas saboreiam-se no território das Aldeias do Xisto. Sem pressa, mas deliciosamente, passam-nos pelo prato o cabrito, o borrego, o coelho, os maranhos, o bucho, a chanfana, o javali, o veado, a sopa de peixe, com as castanhas, a broa e o bom vinho a acompanhar, terminando com o doce de abóbora com requeijão ou com a tigelada. No fim do dia, aninhamo-nos no conforto do alojamento rural.

Imagine que tudo isto existe mesmo, no centro do seu país. Venha conhecer as Aldeias do Xisto. Elas são a porta de entrada para um território onde a descoberta é constante.

1. Descrição do projecto

Ao longo dos últimos anos, 23 Aldeias do Xisto distribuídas por 13 Municípios do Pinhal Interior foram alvo de um programa de requalificação que permitiu às aldeias adquirir potencial humano de desenvolvimento. Transformaram-se assim em pólos de atracção turística suficientemente dinâmicos para permitir a criação de uma nova base económica que passa, nomeadamente, pela recuperação das tradições, pela valorização do património arquitectónico construído, pela dinamização das artes e ofícios tradicionais e pela defesa e preservação da paisagem em que se enquadram. Este importante trabalho nunca perdeu de vista, porém, aquilo que era o seu objectivo primeiro: melhorar a qualidade de vida das populações das aldeias, elevando os seus níveis de auto-estima, qualificando o tecido social e agregando-as num processo participativo de desenvolvimento que é, antes de mais, seu.

A partilha de um desígnio comum e de uma ideia de território com futuro tem vindo a unir inúmeros agentes, institucionais e privados, desde municípios e regiões de turismo, até unidades de alojamento, empresas de animação, restaurantes, associações culturais, artesãos e outros agentes individuais que comungam de uma mesma rede de afectos.

As Aldeias do Xisto representam, hoje, um território consciente do seu valor e daquilo que tem para oferecer: experiências únicas e infinitas possibilidades de lazer onde a descoberta nunca cessa.

Foram seleccionados 23 pequenos núcleos de elevado valor patrimonial e social que têm vindo a beneficiar de intervenções profundas no sentido da sua revitalização (Figura 1). O investimento tem vindo a incidir, maioritariamente, na recuperação física das aldeias, não só reabilitando imóveis públicos e privados, mas dotando-as também das infra-estruturas indispensáveis num aglomerado actual e virado para o futuro (saneamento, água, luz, telefone) preservando sempre a sua autenticidade patrimonial.

Numa linha de reabilitação social foram também realizadas diversas acções de formação dirigidas à população das Aldeias do Xisto, no sentido de dotá-las com as competências necessárias em diversas áreas (atendimento turístico, tecelagem, pedreiros do xisto, gastronomia...), que lhes permitam dar a resposta adequada aos maiores níveis de exigência e de qualidade decorrentes da constituição da Rede das Aldeias do Xisto.

A Rede das Aldeias do Xisto está em fase de implementação e quer pugnar pela captação de margens de um mercado de elite que prima pela exigência: exigência em matéria de qualidade do serviço prestado, exigência ao nível da oferta de animação, exigência quanto à riqueza da informação prestada, exigência também no acompanhamento que é facultado ao turista durante a sua estada.

Em concreto, pretende desenvolver-se um Plano de Desenvolvimento articulado em redor do produto turístico Aldeias do Xisto, efectivando no terreno uma rede potenciadora de uma identidade de base regional que catapulte as potencialidades e características exclusivas da região, criando um posicionamento que afirme a sua diferença no mercado de turismo.

Por se tratar de um projecto globalizante, o investimento tem carácter supra-municipal, donde surge a Pinus Verde- Associação de Desenvolvimento para conduzir um projecto, nas suas vertentes de concepção e execução.

2. As aldeias e o território

- *Município de Arganil*: Benfeita;
- *Município de Castelo Branco*: Sarzedas, Martim Branco;
- *Município de Figueiró dos Vinhos*: Casal de S. Simão;
- *Município de Fundão*: Janeiro de Cima, Barroca;
- *Município de Góis*: Aigra Nova, Aigra Velha, Comareira, Pena;
- *Município da Lousã*: Candal, Casal Novo, Cerdeira, Chiqueiro, Talasnal;
- *Município de Miranda do Corvo*: Gondramaz;
- *Município de Oleiros*: Álvaro;
- *Município de Pampilhosa da Serra*: Fajão, Janeiro de Baixo;
- *Município de Penela*: Ferraria de São João;
- *Município de Sertã*: Pedrógão Pequeno;
- *Município de Vila de Rei*: Água Formosa;
- *Município de Vila Velha de Ródão*: Foz do Cobrão.

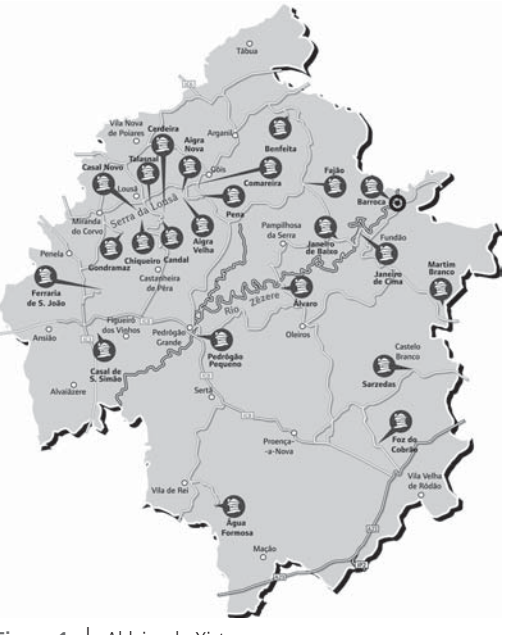

Figura 1 | Aldeias do Xisto.

2.1. O conceito

– As aldeias localizam-se na Região do Pinhal Interior (Centro de Portugal), constituindo 23 núcleos de elevado valor patrimonial, ambiental e social;

– Os trabalhos realizados nas aldeias ao nível da recuperação física caracterizam-se pelo seu rigor e qualidade, quer nos materiais utilizados, quer na preservação do traçado original;

– O património natural, a cultura, a gastronomia e a animação turística foram identificados como os valores fundamentais que melhor definem o conceito da Rede das Aldeias do Xisto. Como valores complementares, surgem a população, os produtos locais, património construído, festas e romarias.

2.2. O produto turístico

Pelas temáticas específicas da Rede das Aldeias do Xisto, o produto está vocacionado para determinados segmentos da procura turística:

– Lazer/Incentivos;

– Mercado: família/amigos – cultural/activo;

– Forma de viajar: carro;

– Faixa etária: 25 – 55;

– Bom poder de compra.

As motivações turísticas que emergem do mundo moderno exigem ao produto turístico a capacidade de adaptação e satisfação:

– Aquisição de segunda habitação;

– Regresso às raízes;

– Compra de produtos locais;

– Contacto com a ruralidade;

– Fuga do *stress* urbano;

– Busca de espiritualidade;

– Desejo de novas experiências;

– Prática de actividades ao ar livre;

– Oportunidades turísticas;

– *Short-breaks*;

– Diferenciação e diversificação;

– Fuga a destinos massificados;

– Rentabilizar ao máximo o tempo e dinheiro gastos, conhecendo, o máximo possível, o destino turístico;

– Preferência pela hotelaria tradicional.

2.3. Turismo activo

- Turismo activo para famílias, em expansão;
- Grande implantação entre jovens adultos;
- Internet assume-se como um canal de distribuição importante;
- As actividades mais procuradas são: BTT, *Rafting/Kayaking*, passeios pedestres, actividades equestres, canoagem, pára-quedismo, todo o terreno turístico, caça e pesca, praias fluviais;
- Produtos mais procurados: alojamento rural, actividades ao ar livre, gastronomia tradicional, produtos locais e artesanato;
- Aumento da procura de experiências interactivas e visitas pedagógicas;
- Perfil do turista: classe média urbana, interesse por questões ambientais, contacto com natureza e valores tradicionais, estilo de vida saudável; desejo de interactividade.

2.4. Turismo ambiental e cultural

- Pequenos grupos, microempresas de animação, alojamento de pequenas dimensões;
- Destinos com ligação homem/ambiente;
- Turismo de património: edificado, monumentos, construções;
- Turismo de herança cultural: tradições, gastronomia, religião, folclore e artesanato;
- Busca de experiências únicas e "autênticas" de locais remotos e com reduzida carga turística.

2.5. Visitar-nos – quando e como

- Viajantes independentes até grupos de 50 pessoas;
- Durações variáveis entre 1 dia a 1 ou 2 semanas;
- Pacotes incluem um ou mais tipos de actividades: experiências culturais, actividades aventura/deporto ao ar livre, contacto directo com a população e as suas actividades tradicionais (artesanato, gastronomia, apicultura, agricultura biológica, produtos locais);
- Durante todo o ano;
- Alojamento: Turismo em Espaço Rural, hotéis até 4 estrelas, pousadas de Portugal.

Revista Aldeias do Xisto

A Revista Aldeias do Xisto é uma publicação editada pela Associação Pinus Verde, enquanto entidade promotora do Plano de Desenvolvimento Sustentado das Aldeias do Xisto, projecto apoiado pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro.

O projecto das Aldeias do Xisto pretende desenvolver um produto turístico de elevada qualidade centrado na rede das 23 Aldeias do Xisto repartidas por 13 concelhos da Região Centro/Templários, como uma forma de promoção de todo o território abrangido. As Aldeias do Xisto querem afirmar-se como um produto turístico de excelência no contexto nacional, associado ao turismo cultural, natureza e à vida activa. As linhas de força do projecto que a revista espelha, são o património, as tradições e cultura, a gastronomia e os produtos locais, a animação turística, o artesanato, a divulgação dos agentes económicos do território, a preservação da memória e do ambiente.

A revista, com uma tiragem de 6 mil exemplares, terá distribuição por todos os postos de turismo dos municípios abrangidos, bem como nos postos de turismo de Coimbra e Tomar pertencentes às respectivas regiões de turismo, será entregue a todos os agentes económicos (alojamento, restauração e animação turística) para que as distribuam aos seus clientes, e será distribuída por *direct mail* para uma lista de cerca de mil *opinion makers*, entidades públicas e comunicação social.

Sublinhamos que a Revista Aldeias do Xisto espelha um projecto de desenvolvimento já considerado como sendo único no contexto nacional, que pretende operacionalizar no terreno uma rede integrada de entidades públicas e privadas, tendo em vista a afirmação de uma marca de qualidade diferenciadora no panorama turístico.

Plano Global de Desenvolvimento Sustentado das Aldeias de Xisto

Objectivos do projecto

- Melhoria da qualidade de vida das populações locais;
- Promoção das actividades económicas tradicionais e dos produtos locais;
- Dinamização dos agentes económicos do território;
- Animação;
- Promoção e Comunicação;
- Dinamização de parcerias e construção de um modelo de gestão empresarial;
- Construção de uma rede assente no produto turístico "Aldeias do Xisto";
- Viabilidade económica;
- Formação, qualidade, certificação da rede, atendimento e informação turística;
- Serviços de proximidade.

Acções do Projecto em execução

- Plano Estratégico de Turismo das Aldeias do Xisto;
- Carta Gastronómica das Aldeias do Xisto;
- Plano de Comunicação e Identidade das Aldeias do Xisto;
- Criação da rede "Loja das Aldeias dos Xisto" para comercialização de produtos locais;
- Parceria com a Rede de Animação das Praias Fluviais;
- Revista das Aldeias do Xisto;
- Calendário de Animação das Aldeias do Xisto;
- Conselho das Aldeias do Xisto: rede de parcerias institucionais e privadas com os agentes do território;
- Plano de sinalética (viária) das Aldeias do Xisto.

ALDEIAS DO XISTO
A descoberta começa aqui