



**Presença Judaica em Belmonte: Assunção Identitária Local**  
**Contributos e Constrangimentos para uma Oferta Turística**  
**Integrada**

**Ana Paula Souzinha Malheiros**

2012





**Presença Judaica em Belmonte: Assunção Identitária Local**  
**Contributos e Constrangimentos para uma Oferta Turística**  
**Integrada**

**Ana Paula Souzinha Malheiros**

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Marketing e Promoção Turística

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação do Professor Doutor António Sérgio Araújo de Almeida

Título: Presença Judaica em Belmonte: Assunção Identitária Local – Contributos e Constrangimentos para uma Oferta Turística Integrada

Copyright© Ana Paula Souzinha Malheiros

Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar

Instituto Politécnico de Leiria

2012

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e o Instituto Politécnico de Leiria têm o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar esta dissertação/trabalho de projeto/relatório de estágio através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, e de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.



à Beatriz e ao Miguel

*O futuro pertencerá àqueles que tiverem melhor memória.*

*(Proverbio Judaico)*



## AGRADECIMENTOS

Ao meu amigo João Morgado, que me acolheu na sua casa na cidade da Guarda durante o trabalho de campo e foi a primeira ponte para todos os contactos seguintes.

À Carla Basílio (Turismo da Serra da Estrela), por todos os contactos que me forneceu e, que foram fundamentais para a execução desta dissertação.

À Isabel Nogueira Nave, da Belofícios, a quem estarei eternamente grata, pois sem a sua ajuda seria impossível obter tantos questionários válidos, e a Paula Santos, sua ajudante nesta tarefa.

Ao meu orientador, Doutor António Sérgio Araújo de Almeida, pela sua disponibilidade, inteligência e pela confiança que sempre demonstrou ter no meu trabalho. Neste ponto, tenho que acrescentar mais qualquer coisa: tive sorte!

Finalmente, a quem dedico esta dissertação:

Aos meus pais, José e Matilde, a quem devo muito do que sou.

Aos meus filhos, Beatriz e Miguel, a quem ensino e com quem aprendo.

Ao meu marido, Paulo Ramos, pelo apoio, ajuda e paciência...



## RESUMO

**PALAVRAS-CHAVE:** Património, Presença Judaica, Comunidade, Assunção Identitária, Turismo Integrado

Tendo como ponto de partida a forte presença judaica em Belmonte, pretende-se avaliar de que modo os locais se assumem e identificam, ou não, com o turismo judaico ali praticado, diagnosticando contributos e constrangimentos locais para o desenvolvimento de uma oferta turística integrada em Belmonte assente na assunção identitária local.

Através de informações fornecidas por um inquérito por questionário, foram analisadas e avaliadas as perceções dos residentes do concelho de Belmonte face ao turismo em geral e ao turismo judaico em particular.

O propósito da investigação empírica foi ilustrar o contributo de uma abordagem do turismo enquanto atividade passível de integrar os seus atores numa lógica de emancipação coletiva das comunidades locais envolvidas.



## ABSTRACT

Key Words: Heritage, Jewish presence, Community, Assumptive Identity, Integrated Tourism

After consideration of the strong Jewish presence in Belmonte, we proposed to evaluate if the local community assumes and identifies themselves with the nature of the Jewish tourism practices there.

Through a survey of the local population, it was possible to analyze the feelings and perceptions about these issues, both for tourism in general and in particular the local Jewish contribution. In addition, identify possible constraints to develop a diagnostic for the development of a touristic offer integrated in Belmonte based on the local identity.

The objective of this empirical investigation was to illustrate the contribution of an approach to tourism as a liable activity, integrating the participants in a logic collective emancipation of the community.



## ÍNDICE

Resumo.....	ix
Abstract .....	xi
1. Introdução .....	1
2. Enquadramento Conceptual .....	5
Introdução.....	5
2.1. Património e Turismo Cultural .....	5
2.1.1. Património Cultural, Património Tangível e Intangível e Turismo Cultural.....	5
2.1.2. Identidade, Memória e Turismo de Memória.....	9
2.2. Assunção Identitária Local .....	11
2.2.1. Identidade Local, Autenticidade e Assunção Identitária.....	11
2.2.2. Turismo e População Local.....	12
2.3. Oferta turística Integrada.....	13
2.3.1. Turismo integrado e Sustentado.....	13
2.3.2. Atratividade Endógena e Diferenciação.....	15
2.3.3. Benefícios e Constrangimentos do Turismo.....	16
3. Presença Judaica em Belmonte.....	19
Introdução.....	19
3.1. Belmonte e o Judaísmo .....	20
3.1.1. Apontamentos para a Caracterização de Belmonte .....	20
3.1.2. Belmonte e os Judeus – Contributos Históricos.....	21
3.1.3. Turismo Judaico em Belmonte.....	26
3.2. Património Judaico de Belmonte .....	27
3.2.1. A Judiaria .....	27
3.2.2. A Sinagoga .....	29
3.2.3. O Museu Judaico de Belmonte.....	29
3.2.4. Património Judaico Intangível .....	31
4. Metodologia .....	33
Introdução.....	33
4.1. Natureza do Problema e Justificação da Investigação .....	33
4.2. Objetivos e Questões da Investigação .....	34

---

4.3. Metodologia Aplicada na Investigação .....	35
5. Discussão dos Resultados.....	39
Introdução.....	39
5.1. Perfil dos Residentes Inquiridos.....	39
5.1.1. Perfil Demográfico.....	39
5.1.2. Envolvimento dos residentes com o sector do turismo.....	43
5.2. Perceções dos residentes sobre o turismo em geral e o turismo judaico em particular .	44
5.2.1. Importância atribuída às atrações turísticas.....	45
5.2.2. Impactos do Turismo em geral.....	46
5.2.3. Impactos do Turismo Judaico.....	48
5.2.4. Questões Abertas – Vantagens e Inconvenientes do Turismo Judaico e Opiniões sobre o Turismo em Geral.....	51
5.3. Relação de Variáveis.....	54
5.3.1. Comparação de itens em comum – Turismo em geral e Turismo Judaico .....	55
5.3.2. Relação de Impactos do Turismo – Geral e Judaico – com outras variáveis.....	58
5.3.3. Relação de afirmações relativas ao turismo judaico com outras variáveis .....	59
5.4. Classificação dos residentes em grupos homogéneos.....	60
5.4.1. Criação de Clusters .....	60
5.4.2. Relação dos Clusters com outras variáveis .....	61
6. Conclusões e Recomendações .....	67
Introdução.....	67
6.1. Conclusões da Investigação.....	67
6.1.1. Quanto aos Objetivos e Questões que orientaram a Investigação.....	67
6.1.2. Considerações Finais .....	71
6.2. Recomendações para o Planeamento e Gestão do Turismo Judaico em Belmonte .....	72
6.3. Contribuições, Limitações e Pistas para Futuras Investigações .....	73
Bibliografia .....	75
Apêndice 1 - Questionário.....	79
Apêndice 2 – Fotografias.....	83

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Percentagem de residentes inquiridos por grupos etários .....	40
Gráfico 2 - Percentagem de residentes inquiridos por estado civil .....	41
Gráfico 3 - Percentagem de residentes inquiridos por nível de escolaridade. ....	41
Gráfico 4 - Percentagem de residentes inquiridos por situação profissional .....	42
Gráfico 5 - Percentagem de residentes inquiridos por grupo profissional .....	43
Gráfico 6 - Percentagem de inquiridos por envolvimento no sector do turismo .....	44
Gráfico 7 - Percentagem dos inquiridos por grau de dependência dos rendimentos ao sector do turismo .....	44
Gráfico 8 - Média da opinião dos inquiridos sobre a importância das atrações turísticas de Belmonte .....	45
Gráfico 9 - Média da opinião manifestada pelos residentes inquiridos em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo em geral .....	46
Gráfico 10 - Percentagem de inquiridos que respondeu a cada uma das cinco opções sobre a importância do turismo judaico para Belmonte .....	49
Gráfico 11 – Percentagem de inquiridos relativamente ao que sentem em relação à frase “Belmonte, terra de judeus” .....	49
Gráfico 12 - Média da opinião manifestada pelos residentes inquiridos em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo judaico.....	50



## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - População Residente no concelho de Belmonte .....	21
Tabela 2 - Medidas estatísticas da importância das atrações turísticas .....	46
Tabela 3 - Percentagem, média e desvio padrão, para a opinião manifestada em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo em geral .....	47
Tabela 4 - Percentagem, média e desvio padrão, para a opinião manifestada em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo em geral .....	50
Tabela 5 - Comparação entre as afirmações em comum: turismo em geral e turismo judaico .....	55
Tabela 6 – Relação dos seis itens em comum entre o turismo em geral e o turismo judaico com variáveis demográficas.....	56
Tabela 7 – Médias dos seis itens em comum entre o turismo em geral e o turismo judaico por dependência dos rendimentos do turismo .....	57
Tabela 8 – Médias dos seis itens em comum entre o turismo em geral e o turismo judaico por relação com o Judaísmo .....	58
Tabela 9 – Relação dos impactos do turismo em geral e do turismo judaico com variáveis demográficas.....	58
Tabela 10 – Média geral dos impactos do turismo do turismo em geral e do turismo judaico por dependência de rendimentos do turismo.....	59
Tabela 11 – Relação entre afirmações sobre o turismo judaico e variáveis demográficas .....	59
Tabela 12 - Médias de opinião relativamente ao conjunto de afirmações sobre turismo judaico, por <i>cluster</i> .....	60
Tabela 13 - Efeito dos <i>Clusters</i> em variáveis métricas .....	62
Tabela 14 - Efeito dos <i>Clusters</i> em variáveis nominais .....	63
Tabela 15 – Relação entre a situação profissional e os <i>clusters</i> .....	65



# 1. INTRODUÇÃO

*“Nenhuma mente que se abre para uma nova ideia voltará a ter o tamanho original.”*

*Albert Einstein*

Esta dissertação de mestrado aborda a temática do turismo enquanto atividade passível de integrar os seus atores numa lógica de emancipação coletiva das comunidades em que se insere. Tendo como ponto de partida o património judaico de Belmonte e o turismo aí praticado, aplica-se uma metodologia de análise das perceções dos residentes, no sentido de avaliar contributos e constrangimentos para uma oferta turística integrada, assente na assunção identitária local.

O tema foi escolhido por duas razões principais: em primeiro lugar por um interesse particular pelo Judaísmo, pelo património judaico em Portugal e consequentemente o seu aproveitamento para fins turísticos. Belmonte, pelas suas características singulares, assume-se como um caso de estudo no âmbito desta temática. Em segundo lugar por uma convicção de que o agrado e envolvimento da população autóctone, são fundamentais para a diferenciação do destino, sendo essencial que a comunidade o interprete como fator da sua própria emancipação.

Um dos elementos diferenciadores, que constituem os recursos turísticos que distinguem Portugal de outros destinos concorrentes na forma como os recursos turísticos dão resposta às motivações da procura, é precisamente a diversidade concentrada (PENT M. d., 2007) a par do clima e luz, história, cultura, tradição e hospitalidade. É um facto inevitável verificar como um país tão pequeno em área é dotado de tanta diversidade natural e cultural. Segundo Araújo de Almeida (2010, p. 47), “Without altering the economic weight of mass products, Portugal needs to diversify its tourism offerings. This diversification will be based on platforms of cultural characteristics of each territory, determined largely by the involvement of their communities.” O turismo judaico de Belmonte é mais um fragmento dessa diversidade que Portugal tem para oferecer.

Por outro lado, os conceitos de turismo integrado e turismo sustentado, nunca suscitaram – desde que começaram a despertar a partir da década de 80, época em que se iniciou o debate político em torno do desenvolvimento sustentável (Moniz, 2006) – tanto interesse como agora, que se consolidou a nível teórico e científico a urgência da sustentabilidade a todos os níveis, nomeadamente a nível cultural, social, económico, espacial e ambiental/ecológico.

O turismo, como atividade económica e na sua perspetiva de Responsabilidade Social, tem como compromisso o enriquecimento e desenvolvimento endógeno das populações do local onde se desenvolve, tal como preconiza a própria Organização Mundial de Turismo (OMT). Nesta perspetiva, o conceito de turismo integrado equaciona uma coordenação entre todas as partes desejavelmente envolvidas, sendo que esse pressuposto aponta para o caminho da sustentabilidade, uma vez que o desenvolvimento sustentável do turismo é o que considera as necessidades do turista, sem comprometer os recursos dos lugares. Esta atividade está assim intimamente ligada à sustentabilidade dos meios natural e cultural, que são atrativos básicos para o turismo (Ferreira, 2003). Ao enfatizar três aspetos importantes: qualidade, continuidade e equilíbrio, turismo sustentado, é aquele que proporciona uma experiência de qualidade aos visitantes, enquanto contribui para a melhoria da qualidade de vida da população e para a proteção da qualidade ambiental (Moniz, 2006) e patrimonial. O turismo integrado e sustentado é uma prioridade, sendo fundamental que as populações locais se envolvam na atividade turística, que a percebam e que a sintam como um fenómeno importante para a sua própria emancipação coletiva, observada enquanto tal numa lógica de Assunção Identitária. Segundo Araújo de Almeida (2010, p. 40),

It is, therefore, important to discuss which mechanisms may be triggered in tourism systems in order to give rise to new collective attitudes for the Identity Assumption, which may somehow result in sustainable tourism and differentiated offerings, thus reflecting the diversity concentrated of Portuguese territory. Globalization is largely fed on the differences and specificities of the icons.

Tendo como ponto de partida a forte presença judaica em Belmonte, o presente estudo pretende avaliar de que modo os locais se assumem e identificam, ou não, com o turismo judaico ali praticado, diagnosticando contributos e constrangimentos locais para o desenvolvimento de uma oferta turística integrada em Belmonte.

Estabeleceram-se como objetivos desta investigação: fazer um levantamento da presença judaica em Belmonte bem como a sua oferta turística, suportada pela referida presença. Verificar e interpretar a opinião e perceção dos residentes (contributos e constrangimentos) em relação ao turismo local, concretamente no que concerne ao turismo judaico e analisar níveis de envolvimento comunitário em torno da oferta turística, são outros objetivos do presente trabalho.

Esta dissertação insere-se no mestrado de “Marketing e Promoção Turística” e seguiu recomendações metodológicas das ciências sociais. Numa primeira fase, foi realizada uma abordagem teórica mediante uma revisão bibliográfica, que permitiu conceptualizar as teorias relacionadas com o património e o turismo cultural, assunção identitária local e oferta turística integrada. Nesta fase procedeu-se também à caracterização da vila de Belmonte, à sua relação histórica com o Judaísmo, ao levantamento do património judaico e à situação atual da vila como destino de turismo judaico. O passo seguinte foi a elaboração do modelo teórico definido, bem como a delineação de inquéritos por questionário a aplicar à população de Belmonte. Estes inquéritos forneceram informações que permitiram analisar e avaliar as perceções dos residentes face ao turismo em geral e ao turismo judaico em particular.

O corpo do relatório está organizado em seis capítulos. Neste primeiro, apresentou-se o tema, uma síntese dos objetivos e metodologia usada e ainda a respetiva organização do relatório.

No segundo capítulo procurar-se-á fornecer noções, ideias e pareceres de vários conceitos como património cultural, património tangível e intangível, turismo cultural; assunção identitária local e oferta turística integrada, com recurso a uma revisão bibliográfica. Este capítulo é essencial para melhor compreensão do presente estudo e de alguns dos conceitos usados ao longo do mesmo.

No terceiro capítulo pretende-se demonstrar a relação que Belmonte tem com o Judaísmo, para melhor perceber como aqui surge o turismo judaico. Para isso, será feita uma caracterização geral do concelho, uma revisão histórica do povo judeu em Portugal, e mais concretamente em Belmonte, e perceber as formas, através das quais, as instituições desta vila estão a proceder para posicionar Belmonte enquanto destino de turismo cultural

judaico. Far-se-á também um levantamento do património judaico existente em Belmonte, tanto no plano tangível, como intangível.

Ao longo do quarto capítulo expor-se-á a metodologia usada ao longo desta investigação. Começar-se-á por desenvolver a natureza do problema e a justificação da investigação, seguindo-se a explanação dos objetivos e questões inerentes à investigação. Por fim, descrever-se-á a metodologia aplicada, que se enquadra no âmbito das ciências sociais, seguindo por isso, o método científico de pesquisa tradicional desta área de estudo.

No quinto capítulo chega-se à discussão dos resultados da investigação levada a cabo na vila de Belmonte, com o intuito de avaliar os benefícios e os constrangimentos do turismo judaico percecionados pelos seus residentes. Analisar-se-á os resultados, recorrendo ao *software* estatístico IBM SPSS Statistics 19, através de estatística descritiva, correlações e cruzamento de variáveis, e uma análise de *Cluster*. Começar-se-á pelo perfil demográfico dos residentes inquiridos, seguindo-se o envolvimento dos residentes com o sector do turismo, as perceções dos residentes sobre o turismo em geral e o turismo judaico e a classificação dos residentes em grupos homogéneos com base na perceção do turismo e turismo judaico.

Por fim, no sexto e último capítulo, apresentar-se-á as conclusões da dissertação quanto às perceções da amostra estudada e também a partir dos resultados da investigação empírica bem como as recomendações para o planeamento e gestão do turismo judaico no destino Belmonte. Serão igualmente expostas as suas contribuições, limitações, tal como sugeridas futuras pistas de investigação sobre a temática.

## 2. ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL

*“Os conceitos estão incluídos nas palavras.”*

*Henri Bergson*

### INTRODUÇÃO

Neste, como em qualquer outro estudo de ciências sociais, os conceitos interligam-se e complementam-se. Por isso na maior parte das vezes, não é possível definir um conceito, sem aludir a outros.

Conquanto, torna-se importante para melhor compreensão do presente estudo, algumas definições dos conceitos usados ao longo do mesmo.

Nesta primeira parte do estudo procurar-se-á fornecer noções, ideias e pareceres de vários conceitos como património cultural, património tangível e intangível, turismo cultural; assunção identitária local e oferta turística integrada.

### 2.1. PATRIMÓNIO E TURISMO CULTURAL

#### 2.1.1. *PATRIMÓNIO CULTURAL, PATRIMÓNIO TANGÍVEL E INTANGÍVEL E TURISMO CULTURAL*

Património é tudo o que, dentro de uma comunidade, respeita a pessoas, origens e história. Segundo Macena (2003, p. 63),

Atualmente, a conceção de património ampliou-se e nele foi inserido todo o legado cultural de um povo, como suas lendas, festas, folguedos, costumes, crenças, manifestações artísticas, etc., tudo o que existe como elemento essencial para o registro da memória individual e coletiva, e que possa contribuir com a formação do sentimento de pertença de uma comunidade.

O património Cultural é o conjunto de bens materiais e imateriais relevantes para a identidade de um povo. Esses bens são representativos da cultura de um grupo ou de uma

sociedade (Neves, 2003). De acordo com a Lei do Património Cultural<sup>1</sup> (D.R., 2001, p. 5808), “...integram o património cultural todos os bens que, sendo testemunhos com valor de civilização ou de cultura portadores de interesse cultural relevante, devam ser objeto de especial proteção e valorização.” Ainda a mesma lei continua<sup>2</sup> que o interesse cultural relevante<sup>3</sup> dos bens que integram o património cultural “refletirá valores de memória, antiguidade, autenticidade, originalidade, raridade, singularidade ou exemplaridade.”

O património cultural engloba a literatura, a arte, os monumentos, os museus, todo o tipo de arquitetura e ainda um conjunto de património intangível como a música, dança, festas costumes, rituais e gastronomia, todos eles elementos simbólicos que ajudam a configurar a identidade do território a que pertencem, uma vez legitimados socialmente (Vallbona & Costa, 2003). Segundo Martins (2003, p. 45),

O estudo do património cultural implica uma contextualização social, económica, histórica que esbarra no resgate da identidade seja em que espectro for.

(...) A ideia de património cultural abarca todos os aspetos da atividade humana e conduz a uma revalorização do natural e do meio ambiente, como algo relacionado com o homem e manipulado por ele.

O conceito de património cultural é muito amplo e nele estão presentes as esferas da natureza, o meio ambiente natural onde o homem habita e transforma para sobreviver e realizar suas necessidades materiais e simbólicas, o conhecimento, as habilidades, o saber humano, e os chamados bens culturais propriamente ditos, que são os produtos resultantes da ação do homem na natureza (Neves, 2003).

O património cultural tem também uma dimensão material. Segundo Neves (2003, p. 53), esta não pode ser dissociada da simbólica:

(...) vale a pena a discussão do significado da preservação desse legado cultural, para conhecimento e usufruto das gerações futuras. Torna-se fundamental enfatizar a importância desse património como suporte da história e da memória dos grupos sociais. Em outros termos, os bens patrimoniais são instrumentos importantes de identidade dos grupos sociais.

---

<sup>1</sup> Art.2, n.º1

<sup>2</sup> Art.2, n.º3

<sup>3</sup> Designadamente histórico, paleontológico, arqueológico, arquitetónico, linguístico, documental, artístico, etnográfico, científico, social, industrial ou técnico. (D.R., 2001)

O património cultural é constituído por património material (tangível) e imaterial (intangível). O património cultural tangível é tudo o que pode ser palpável (móvel ou imóvel), tal como os monumentos, as casas, o artesanato, etc. O património cultural intangível faz parte de uma esfera não material, tal como os usos, costumes, tradições, artes; este património é também uma aforma de assunção identitária por via das práticas, uma apropriação simbólica.

Em 1998, a UNESCO cria uma condecoração denominada “*Proclamation of Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*”<sup>4</sup> com o intuito de homenagear os grandes exemplos de bens intangíveis no mundo.

A UNESCO tem desempenhado um papel primordial na preservação do património cultural do mundo inteiro e para tal atua no sentido de consciencializar os países a preservarem as suas heranças, o seu património, destacando o seu papel na exploração turística. Em 2003, esta organização promoveu a “*Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*”<sup>5</sup>; o documento produzido nesta convenção defende que a herança cultural intangível entende-se por práticas, representações, expressões, conhecimentos, habilidades – bem como instrumentos, objetos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, grupos e em alguns casos os indivíduos, reconhecem como parte da sua herança cultural. Esta herança cultural intangível, transmite-se de geração em geração e é constantemente recriada pelas comunidades e grupos em ação com o seu ambiente, em interação com a natureza e com a sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, promovendo o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. (UNESCO, 2003)

É considerado Património Cultural Intangível: tradições e expressões orais, considerando a linguagem como um veículo da herança cultural intangível; artes performativas; práticas sociais, rituais e eventos festivos; conhecimento e práticas relacionadas com a natureza e o universo e artesanato tradicional. (UNESCO, 2003)

O património cultural tem cada vez mais uma relação estreita com o turismo. Neves (2003, p. 58) aponta uma razão para esta relação:

---

<sup>4</sup> Proclamação das Obras-primas relativas à Herança Intangível da Humanidade

<sup>5</sup> Convenção para a Salvaguarda da Herança Cultural Intangível

Quando se fala acerca dos produtos da cultura, ou seja, do património cultural, está se tratando de parte fundamental da sociedade, de todos, de cada um em particular, nós, da alma e das emoções. Portanto, antes de se concluir pela importância do património cultural para o turismo, é fundamental o entendimento dele como condição para revelar as identidades e, ao mesmo tempo, garantir a condição de cidadãos.

Deste enlace entre património cultural e turismo nasce o conceito de Turismo Cultural; este é recente e continua a ser objeto de estudo de vários autores, no entanto pode-se defini-lo como o segmento do Turismo que foca a cultura, especialmente a arte. Trata-se de um turismo que consome cultura; esta prática é uma tendência turística que nasceu nos anos oitenta do século XX, cuja principal motivação centra-se na visita a lugares que se destacam pela sua riqueza patrimonial, principalmente monumental e artística, mas também pelos seus costumes, tradições e idiossincrasias do seu povo (Vallbona & Costa, 2003). Relativamente ao exposto, Pérez (2009, p. 118) diz que,

Face ao turismo convencional e de massas, o turismo cultural apresenta-se como uma alternativa ao turismo de sol e praia, mas, num sentido genérico, o turismo pode ser entendido como um ato e uma prática cultural, pelo que falar em “turismo cultural” é uma reiteração. Não pode existir turismo sem cultura, daí que possamos falar em cultura turística, pois o turismo é uma expressão cultural. Em termos filosóficos toda a prática turística é cultural. Além de mais, o turismo pode ser pensado como uma das atividades que mais tem fomentado o contacto intercultural entre pessoas, povos e grupos.

Para qualquer ação/projeto de âmbito turístico, é fundamental envolver em primeiro lugar, a população local e a sua identidade, com risco de se perder o genuíno que muitos turistas, e em especial os turistas culturais privilegiam. Mais ainda, o turismo com alicerce no legado cultural, segundo Barretto (2001, p. 49),

Permite que a comunidade de alguma forma, engaje-se no processo de recuperação de memória coletiva, de reconstrução da história, de verificação das fontes. Permite até mesmo, que muitos membros dessa comunidade adquiram, pela primeira vez, consciência do papel que a sua cidade representou em determinado cenário e em determinada época.

Para que algum elemento de elemento cultural seja considerado património deve ser previamente ativado e para tal deve ser considerado por um agente social interessado em propor uma versão de identidade e conseguir adesões para a mesma, diz Schlüter (2003, p. 69), que continua afirmando que,

As diversas ativações de determinados referenciais patrimoniais são representações simbólicas dessas versões de identidade, já que não é somente algo que se leva dentro e se sente, mas que também é necessário expressar publicamente.

Por outro lado, também pode haver uma ativação turística do património, já que é possível encontrar-se elementos de escasso significado para uma determinada comunidade, mas que para o consumo do turista pode ser relevante.

O turismo cultural exerce no objeto turístico um efeito positivo, na medida em que contribui para a proteção, conservação e manutenção de monumentos e lugares, o que se traduz por benefícios económicos e sociais para toda a população envolvida (Henriques, 2003). A ligação entre a cultura e o turismo pode assumir vários graus de intensidade; segundo Batista (2005, p. 30),

A relação existente entre cultura e turismo é visivelmente notada quando o turismo se apropria das manifestações culturais, da arte, dos artefactos da cultura. Por sua vez a cultura também se apropria do turismo no que diz respeito a formatação das expressões culturais para o desenvolvimento do turismo. Surge aí, então, um turismo especial voltado para a cultura.

### *2.1.2. IDENTIDADE, MEMÓRIA E TURISMO DE MEMÓRIA*

Para se abordar o tema do turismo de memória, é fundamental definir identidade e memória, uma vez que os dois últimos conceitos estão diretamente ligados entre si e ambos são indispensáveis para perceber o que é o turismo de memória, neste caso específico o turismo judaico.

Identidade é um sentimento de pertença a determinado lugar, a um povo ou a um grupo, sentido esse que as pessoas transportam, enquanto seres simbólicos que são. Nesse sentido, segundo Martins (2003, p. 43),

Todo o grupo necessita de uma cultura que o sustente para poder existir, vivenciada no sentido comum e repassada através de comunicação, para manter o sentido de pertencer entre seus integrantes. O território, a história, a cultura, a comunicação e o património produzido são alguns desses elementos.

A identidade relaciona-se com a memória coletiva e exterior ao grupo, envolve muitas outras referências de ordem individual e preserva de forma peculiar os factos da sociedade contexto nesse individuo. Batista (2005, p. 29) afirma que,

A memória é sempre atual, pois a qualquer momento podemos evocá-la. É vivida no eterno presente; aberta à dialética da lembrança e do esquecimento; alimenta-se de lembranças vagas, telescópicas, globais e flutuantes; e cria sentimento de pertencimento e identidade, etc.

O mesmo autor, faz a relação de identidade e memória, afirmando que a ligação entre os dois conceitos “é tão profunda que o imaginário histórico-cultural se alimenta destes para se autossustentar e se reconhecer como expressão particular de um determinado povo (Batista, 2005, p. 29). A identidade cultural e a memória reforçam-se mutuamente.

Halbwachs (1997) contribuiu para a compreensão dos quadros sociais que compõem a memória e articula os relatos individuais à memória local: a memória mais particular remete a um grupo, o indivíduo carrega lembranças, mas está sempre a interagir com a sociedade onde se insere. As lembranças de cada um estão impregnadas das memórias dos que os cercam, de maneira que apreende, como uma amálgama, uma unidade que parece ser só sua. Outro aspeto importante acerca da memória é a sua relação com os lugares; as memórias – individual e coletiva – têm nos lugares uma referência importante para a sua construção, e as mudanças empreendidas nesses lugares acarretam mudanças importantes na vida e na memória dos grupos (Halbwachs, 1997).

O turismo, especialmente o turismo cultural, em larga medida é construído por uma seletividade que pressupõe memória e a identidade. Batista (2005, p. 30) explica que,

Através da memória e da construção da identidade de um povo, surge o turismo com a perspetiva de preservar a cultura e fazer dela um produto turístico que tem uma demanda específica, pois quem procura esse tipo de turismo quer outro tipo de atração que é conhecer o Património cultural daquela localidade.

No turismo de memória, tipo de turismo que é abarcado pelo turismo cultural, os turistas procuram visitar o que sentem como fazendo parte da sua identidade e memória, construindo roteiros turísticos baseados em momentos importantes da história da cultura de um povo. A memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente

importante do sentimento de continuidade de coerência de uma pessoa de um grupo em sua reconstrução de si (Batista, 2005).

Para os judeus, mais do que nenhum outro povo foi fundamental a preservação da memória, uma vez que durante muito tempo não tiveram pátria. A diáspora acentuou mecanismos de identidade e memória, que tiveram que ser reforçados para a unidade do povo (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009). Cruzando fronteiras e culturas, estes elementos identitário-culturais são integrantes da condição judaica e muito valorizados pelos judeus, por isso este povo enquanto turista, procura destinos onde pode reviver/relembrar/aprender a história do seu próprio povo – isso é turismo de memória.

## 2.2. ASSUNÇÃO IDENTITÁRIA LOCAL

### 2.2.1. IDENTIDADE LOCAL, AUTENTICIDADE E ASSUNÇÃO IDENTITÁRIA

O interesse pela identidade local tem adquirido uma importância estratégica na definição de políticas de desenvolvimento regional da União Europeia e um dos principais argumentos é que a diversidade está no centro da riqueza cultural da Europa, a qual constitui a herança comum e a base da unidade. Afirmar a identidade local assume-se cada vez mais como um trunfo, um eixo forte nas políticas de desenvolvimento local e regional (Roca & Mourão, 2001)

Apesar das características ambientais, culturais e sociais serem elementos constitutivos e diferenciadores dos lugares, é precisamente a sua identidade que confere originalidade e singularidade aos lugares e os distingue de outros. É neste contexto que surgem outros conceitos fundamentais para esta temática: a autenticidade e assunção identitária.

Tendo em consideração que a autenticidade é atualmente uma atração turística por si só, que as especificidades de cada comunidade local são uma mais-valia, as comunidades locais vivem uma oportunidade única de afirmação identitária. Diz Araújo de Almeida (2007, p. 2) que,

Reside aqui em grande medida “O Poder da Identidade” e a “Assunção Identitária” das comunidades locais que enfrentam um desafio crucial: assumir nas suas mãos os seus próprios destinos.

Coloca-se desta forma a questão de quem deve assumir a identidade e a resposta mais pragmática, parece ser aquela que aponta para as próprias comunidades locais, dado que, são elas em primeira instância que estão em condições de apresentar um conceito essencial à atratividade do destino turístico: a autenticidade.

O mesmo autor (2010, p. 47) relata a perspetiva do turista quando acredita que tudo está em harmonia em relação ao natural e ambiente cultural:

The experience is reported by tourists as fundamental to their personal development. The fact that tourists enter the environment of a community is revealed as central to achieving these objectives. The attitudes of the villagers to maintain close relations with visitors, relations described by tourists as “family relationships”, is fundamental for the differentiation of these tourism experiences.

### *2.2.2. TURISMO E POPULAÇÃO LOCAL*

Não é fácil apreender a essência do turismo, que é multifacetado e particularmente ligado a muitos outros elementos sociais e culturais nas sociedades contemporâneas (Urry, 2007). Segundo Honório & Barros (2003, p. 153),

A primeira preocupação que desafia os profissionais de turismo é como pensar a relação turismo e identidade local dentro de uma perspetiva de desenvolvimento equilibrado. Para isso é preciso compreender a interação da cultura com o processo de desenvolvimento económico.

A atividade turística é desenvolvida em lugares que estão envolvidos numa cultura. Quando esses lugares se tornam atrativos para a atividade turística, há que respeitar essa mesma cultura, que muitas vezes é por si só o atrativo principal de um destino. Dizem os mesmos autores (2003, p. 153) que,

O cruzamento entre a lógica que rege a cultura – preocupada com a caminhada humana na construção de um mundo mais justo – e a lógica dos meios de produção inerente ao mundo dos negócios – insensível às necessidades coletivas – é uma questão complexa. É angustiante pensar na questão primária: como preservar o carácter e a originalidade da cultura da região em face da necessidade de assimilar técnicas que, se aumentam a capacidade de ação, a eficácia, também funcionam como elementos que, com frequência, mutilam a identidade cultural? Ou seja, como desenvolver um projeto de turismo autossustentável se, para isso,

inevitavelmente, tem-se que colocar face a face uma cultura letrada com uma cultura tradicional e ainda nesse embate preservar a identidade cultural?

Esta questão é essencial, tanto a nível ético como do ponto de vista comercial, uma vez que é a população local que participa diretamente da receção e do atendimento ao visitante. O turismo, além da dinamização económica, é acima de tudo, uma atividade cultural, uma vez que da atividade turística faz parte conhecer elementos que dizem respeito às pessoas e às suas sensibilidades, normas, valores e emoções (Neves, 2003).

Há ainda outra questão subjacente à preservação da identidade local: muitas vezes a atividade turística contribui para que certos estereótipos sejam criados para representar uma riqueza cultural artificial apenas com o intuito de satisfazer a procura, deturpando a identidade local. É da própria comunidade que deve surgir a decisão do que deve ser preservado dentro dos seus produtos culturais (Neves, 2003), o problema reside em construir uma imagem apropriada dos locais, a menos estereotipada possível, que transmita à população local o orgulho pelo seu património cultural, e que, ao mesmo tempo, seja útil para desenvolver práticas viáveis de turismo sustentável (Pérez, 2009).

## 2.3. OFERTA TURÍSTICA INTEGRADA

### 2.3.1. *TURISMO INTEGRADO E SUSTENTADO*

Antes de se perceber o que é uma oferta turística integrada, importa primeiro, definir oferta turística. A oferta turística é o conjunto de elementos que contribuem para a satisfação das necessidades da procura, os turistas, que estão na origem das suas motivações (Henriques, 2003). Assim, a oferta turística engloba de modo geral tudo o que um destino tem para oferecer aos seus visitantes, compreendendo atrações, bens e serviços. A oferta turística é determinante para a existência da atividade turística uma vez que a relação oferta/procura funciona no turismo como em qualquer outra atividade económica.

Por vezes a oferta turística perturba a vida das populações e os seus recursos, contudo uma oferta turística integrada pressupõe a existência de equilíbrio entre todas as partes. O turismo integrado estabelece de modo geral, o envolvimento da população. O turismo é uma atividade económica, como tal uma das finalidades é o enriquecimento e desenvolvimento endógeno das populações do local onde se desenvolve essa prática. O

envolvimento da comunidade local será mais viável a partir do momento em que essa mesma comunidade sente que têm contrapartidas económicas e sociais (Araújo de Almeida, 2010). O conceito de turismo integrado conjectura uma coordenação entre todas as partes e está relacionado com o turismo sustentado.

O desenvolvimento sustentável do turismo é o que considera as necessidades do turista, sem comprometer os recursos dos lugares; este conceito está intimamente ligado à sustentabilidade dos meios natural e cultural, que são atrativos básicos para o turismo (Ferreira, 2003). Este conceito conheceu uma crescente divulgação a partir dos anos 80, com o reconhecimento da importância da preservação do meio ambiente (Henriques, 2003) e torna-se cada vez mais incontornável à medida que os valores ecológicos se vão tornando imprescindíveis para pensar no futuro do planeta, não é por acaso que a palavra “sustentável” aplicada ao que quer que seja, significa sempre satisfazer necessidades atuais sem comprometer a possibilidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades.

Ferreira (2003) ressalta alguns exemplos dos impactos negativos do turismo em ambientes naturais: a destruição de espécies animais e vegetais, a poluição gerada pela atividade turística e a aculturação da população nativa, que se deixa influenciar por novos costumes e valores e substitui as atividades tradicionais pelo trabalho no sector turístico. Pode haver lugar também a uma descaracterização geral de elementos culturais para agradar aos turistas (a autora dá como exemplo o artesanato).

É inaceitável pensar em turismo cultural e turismo sustentável sem uma organização, preparação e estrutura para promover as populações autóctones dos lugares e as suas artes (Macena, 2003). Para reduzir os impactos turísticos do turismo, é necessária uma mudança na educação para o turismo, sendo necessário para isso, respeitar a capacidade de carga do local, impor maior controle sobre a poluição e degradação da paisagem através da aplicação de leis, integrar a comunidade local e conceder oportunidades de participação na atividade turística, respeitar e valorizar a cultura local, planear o turismo como atividade complementar às que existem no local e promover educação para a comunidade local e para o turista de modo a torna-los sensíveis ao património e cultura local (Ferreira, 2003)

A definição de turismo sustentado enfatiza três aspetos importantes: qualidade, continuidade e equilíbrio: é esta definição que proporciona uma experiência de qualidade

aos visitantes, enquanto contribui para a melhoria da qualidade de vida da população e para a proteção da qualidade ambiental (Moniz, 2006) e patrimonial. Se por um lado é importante a satisfação do visitante, não menos será a continuidade dos recursos e da cultura da comunidade recetora, e de preferência que esta sinta alguma satisfação/gratificação com a prática da atividade turística, mesmo que os seus rendimentos não dependam diretamente desse sector económico.

### *2.3.2. ATRATIVIDADE ENDÓGENA E DIFERENCIAÇÃO*

A atratividade de um destino está em grande parte relacionada com o imaginário e a sedução turística passa em grande medida por este (Araújo de Almeida, 2007). O turismo é um fenómeno cultural global que pré-existe ao indivíduo e que é imposto do exterior (Amirou, 2007). É criada assim uma imagem dos lugares através do imaginário de cada visitante;

O imaginário, noção relativamente fluida, é desde logo uma “evocação”, e não uma forma de conhecimento. Embora fazendo parte do mundo das representações, não se refere ao mundo das ideias, à abstração, mas sim ao das imagens, símbolos e figuras. (Amirou, 2007, p. 32)

Pode-se definir atratividade endógena como o que agrada os turistas e é natural de um determinado local, aquela em que o turista se dá conta da imagem que o destino tem junto do público. Os destinos turísticos, que têm uma atratividade endógena geralmente dependem de condições naturais ou culturais, propícias à prática de determinados tipos de turismo que atraem segmentos de mercado. Neste contexto incluem-se, o património histórico e cultural, usos e costumes, etc. Quanto mais diversificado e singular for esse produto, maior será a atratividade endógena.

Atualmente, especialistas destas questões preocupam-se com novas formas de turismo que indicam fatores de peso importantes na atratividade turística, como a identidade cultural da região (que a diferencia de outras que têm igualmente os atrativos habitualmente indicados como motivações para a procura de um destino) e a preservação do património e do ambiente; fatores estes que impressionam positiva ou negativamente os turistas, influenciando a procura. (Cosmelli, 1997)

A diferenciação de um produto inclui as necessárias modificações ao mesmo de modo a torná-lo mais atrativo para o mercado. Deste modo, o produto deve ser diferenciado em relação aos outros concorrentes como também nas características que melhorem esse produto. A estratégia de diferenciação “consiste em propor no mercado uma oferta cujo carácter é reconhecido e valorizado pelo cliente” (Lindon et al, 2010, p. 441). Esta vantagem pela diferenciação em turismo é assente na capacidade de valorizar junto dos visitantes uma oferta percebida como diferente dos seus concorrentes. Para essa diferenciação é fundamental envolver a própria população; não pode existir planos de *branding* e/ou marketing turístico sem envolver os locais e sem estes compreenderem as vantagens de determinadas ações e políticas, quer por parte de órgãos de administração pública, quer por parte da oferta turística privada. Segundo Araújo de Almeida (2007, p. 2), “a mobilização e envolvimento das comunidades locais em torno dos seus valores naturais e culturais, a assunção identitária local e regional, colocam-se como uma mais-valia promocional, cujo potencial está ainda longe de um aproveitamento desejado em termos nacionais”.

### 2.3.3. BENEFÍCIOS E CONSTRANGIMENTOS DO TURISMO

Muitas vezes os benefícios económicos proporcionados pelo turismo não correspondem às expectativas dos residentes (Urry, 2007), mas como em outras matérias o mais importante é a relação entre a balança: se os benefícios percebidos pela população pesam mais do que os constrangimentos, então faz-se um esforço para suportar os últimos. Segundo Neves (2003, p. 59),

É inegável que exista um conflito latente entre a atividade do turismo, que provoca o encontro, e as estratégias de preservação do património cultural. Se, por um lado, o turismo pode ajudar a dinamizar esse património, ou parte dele, também pode contribuir para sua descaracterização e, até mesmo, destruição.

Oliveira (2008) agrupa os impactos sociais em seis grupos: económico (benefícios do turismo, aumento do custo de vida e nível de investimento externo), emprego (geração de emprego para comunidade local, tipo de emprego gerado, contribuição das empresas para a localidade), infraestruturas (para o volume de turistas, oportunidade de consumo local), efeitos sociais adversos (poluição sonora, crime, sujidade e desordem), contacto com

turistas (numero de visitantes recebidos em relação a população local, tempo de estada, diferenças de comportamento) e atmosfera da cidade (mudança na qualidade de vida dos residentes, aparência física do lugar, sentimento dos residentes em relação as comunidades a que pertencem). Os impactos podem ser benéficos ou constrangimentos, conforme a população local assim os sentir.

É inegável que o maior benefício direto do turismo para uma comunidade é económico, nomeadamente a criação de novos postos de trabalho. Com muito mais agrado uma comunidade se envolve e aceita a atividade turística, se sentir que a comunidade e o próprio lugar lucram com a mesma, como refere Araújo de Almeida (2010, p. 41):

If the tourism industry wants communities to become strongly involved in it, the profit for those communities must be considered. If, on one hand, systems need to consider tourism potential capable of generating profits, they should also consider ways to engage communities around these resources, thus reinforcing a relationship of complementarity and interdependence between resources and communities. The survival of Sustainable Tourism is largely based in this reciprocity.

Há no entanto outros benefícios percebidos pelas comunidades recetoras, que não são económicos, tais como, e segundo Pérez (2009, p. 254), a “tomada de consciência da cultura própria, estímulo de zonas desfavorecidas, mudança social, potenciação dos recursos naturais e socioculturais (conservação da arquitetura, proteção do meio natural, recuperação do património cultural).” O orgulho de pertencer a uma comunidade que outros procuram para férias é sentido como um benefício pelas comunidades. Oliveira (2008, p. 43) refere que,

A autoestima dos membros dessas comunidades é elevada, com o reconhecido de sua singularidade e o valor de sua cultura, de seus recursos naturais e de suas tradições. Por isso, preservar a herança cultural, manter os valores tradicionais e proporcionar experiências autênticas para os turistas sempre foram requisitos importantes do turismo sustentável.



### 3. PRESENÇA JUDAICA EM BELMONTE

*“A história é êmula do tempo, repositório dos factos, testemunha do passado,  
exemplo do presente, advertência do futuro.”*

*Miguel de Cervantes*

#### INTRODUÇÃO

A página oficial da Rede de Judiarias Portuguesas (RJD, 2011) apresenta a Comunidade Judaica de Belmonte, expondo num pequeno texto, vários elementos tangíveis e intangíveis do património judaico, ao mesmo tempo que realça a importância desta vila na herança judaica portuguesa:

É a única comunidade peninsular herdeira legítima da antiga presença histórica dos judeus sefarditas. Durante toda a época da inquisição, conseguiu preservar muitos dos ritos, orações e relações sociais. Apesar da pressão para a diluição na sociedade católica portuguesa, muitos dos belmontenses cristãos-novos continuaram a casar-se apenas entre si durante séculos.

Em 1989 a Comunidade é reconhecida oficialmente e em 1996 inaugura a sinagoga “Beit Eliahu”<sup>6</sup> numa das ruas da antiga judiaria. O cemitério judaico foi aberto em 2001 e em 2005 o único Museu Judaico em Portugal, que retrata a história da presença sefardita em Portugal, usos, costumes e que integra um memorial sobre as últimas da inquisição (RJD, 2011).

Numa primeira parte deste capítulo, procurar-se-á perceber que relação tem Belmonte com o Judaísmo. Para tal, será feita uma caracterização geral do concelho concelho, uma revisão histórica do povo judeu em Portugal, e mais concretamente em Belmonte, e por fim, perceber através de que mecanismos a vila se está a posicionar num turismo cultural judaico.

A segunda parte é dedicada ao património judaico existente em Belmonte, tangível e intangível.

---

<sup>6</sup> Filho de Elias

### 3.1. BELMONTE E O JUDAÍSMO

#### 3.1.1. APONTAMENTOS PARA A CARACTERIZAÇÃO DE BELMONTE

O concelho de Belmonte é constituído por cinco freguesias: Belmonte, Caria, Colmeal da Torre, Inguias e Maçainhas, cuja área total é de 133,24 Km<sup>2</sup>, e situa-se na Beira Baixa, no extremo norte do distrito de Castelo Branco (Nogueira, 2005). O concelho de Belmonte insere-se na região da Cova da Beira, da qual fazem também parte, os concelhos da Covilhã e do Fundão.

Relativamente ao turismo, o concelho de Belmonte está integrado na Região de Turismo da Serra da Estrela<sup>7</sup>. O relatório do PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo, definiu seis regiões<sup>8</sup> para o desenvolvimento turístico, ponderadas as particularidades identificativas e conseqüente potencial, entre as quais o Pólo Turístico da Serra da Estrela. Trata-se de uma região que “compreende toda área do Parque Natural e o território envolvente, tendo sido criado para se tornar no destino de neve de referência no mercado português, desenvolvendo economicamente uma região marcada pela interioridade” (PENT M. d., 2007, p. 84). Na proposta de revisão deste documento (PENT M. d., 2011), foram considerados produtos prioritários para este polo, o *Touring* – Turismo Cultural e Religioso, Turismo de Natureza e Saúde e Bem-estar.

Belmonte tem como principais atrações turísticas – para além do património judaico, de que se tratará adiante – o castelo (construção militar do século XII/XIII), a Torre de *Centum Cellas*, o Solar dos Cabrais e uma rede de museus: Museu dos Descobrimentos<sup>9</sup>, o Ecomuseu do Zêzere, o Museu do Azeite, a Igreja de Santiago (centro de interpretação “Caminhos da Fé”), Villa de Fórnea (vila romana) e a Casa Etnográfica de Caria (artes e ofícios). Segundo a Câmara Municipal o concelho dispõe de 5 estabelecimentos de alojamento turístico: a Pousada do Castelo (24 quartos), Hotel Belsol (54 quartos) e a Casa do Castelo (3 quartos) em Belmonte; dois alojamentos em Turismo em Espaço Rural: Passado de Pedra (6 quartos) em Caria e a Casa da Chandeirinha (7 quartos) na Serra da

---

<sup>7</sup> O Pólo Turístico da Serra da Estrela é composto por os seguintes concelhos: Almeida, Belmonte, Celorico da Beira, Covilhã, Figueira de Castelo Rodrigo, Fornos de Algodres, Fundão, Gouveia, Guarda, Manteigas, Mêda, Penamacor, Pinhel, Sabugal, Seia e Trancoso (PENT M. d., 2007)

<sup>8</sup> Polos Turísticos: Douro; Serra da Estrela; Oeste; Alqueva; Litoral Alentejano; Porto Santo.

<sup>9</sup> Belmonte é conhecida por ser a terra natal do descobridor do Brasil, Pedro Álvares Cabral.

Esperança (C.M. Belmonte, 2012). Ainda segundo a mesma fonte, o concelho dispõe de cerca de 20 estabelecimentos de restauração (incluindo os estabelecimentos de alojamento com este serviço).

A presença humana no concelho de Belmonte é remota: a Anta de Caria, os Castros de Caria e da Chandeirinha comprovam a longevidade do povoamento; a presença romana é evidente na Torre *Centum Cellas* e na *Villa* da Quinta da Fórnea (Nogueira, 2005).

Em relação à população, segundo dados provisórios dos Censos 2011 (INE, 2011), a população residente atual do concelho de Belmonte é de 6859 habitantes, sendo distribuída do seguinte modo por freguesias e sexos:

Tabela 1 - População Residente no concelho de Belmonte

POPULAÇÃO RESIDENTE			
FREGUESIA	H/M	H	M
Belmonte	3183	1496	1687
Caria	1921	937	984
Colmeal da Torre	729	358	371
Inguias	670	337	333
Maçainhas	356	167	189
Total do Concelho	6859	3295	3564

### 3.1.2. BELMONTE E OS JUDEUS – CONTRIBUTOS HISTÓRICOS

Para compreender a relação atual de Belmonte com os judeus e o judaísmo, torna-se necessário recuar ao passado; por outro lado não é possível contar esta história sem fazer uma introdução à própria história dos judeus em Portugal.

A presença judaica na Península Ibérica foi contínua desde a época romana. Apesar de muitas vezes perseguidos, os judeus encontraram na Ibéria, um espaço de significativa liberdade, razão da construção da quase mítica ideia de *Sefarad*<sup>10</sup>, ao longo de séculos

<sup>10</sup> A palavra Sefarad vem mencionada nas escrituras (Abdias, versículo 20), como colónia dos exilados de Jerusalém (daí ser usada por vezes como um sinónimo de paraíso, de lugar idílico), porém a partir do século VIII, Sefarad passou a ser a designação hebraica corrente para a Península Ibérica (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009).

associada a um espaço de profunda identificação e significativa felicidade (Mateus & Pinto, 2007).

Em Portugal, após um difícil período sob o jugo visigótico, a vida judaica floresceu sob o domínio muçulmano, iniciado em 711, com a conquista árabe (Benbassa & Rodrigue, 2000). O povo judeu cresceu demograficamente ao longo de toda a idade média, sendo 25 a 30000 no final do século XV (cerca de 3 % da população portuguesa) residentes em mais de uma centena de judiarias (Tavares, 1995). No entanto, um acontecimento na vizinha Espanha veio alterar estes números e mudar a história dos judeus sefarditas<sup>11</sup>. Segundo Tavares (1995, p. 11),

Portugal participaria na maior imigração de judeus, ocorrida em tempos medievais. As medidas antijudaicas e anticonversos, promulgadas pelos Reis Católicos, deram origem a um êxodo que engrossaria no último quartel do século XV e atingiria o seu clímax em 1492, com o édito de expulsão desta minoria de Espanha.

A monarquia espanhola apoiou o estabelecimento da Inquisição em Espanha, que começou a funcionar em Sevilha em 1481 e julgou milhares de cristãos novos suspeitos de judaísmo, atirando-os para a fogueira e confiscando os seus bens (Benbassa & Rodrigue, 2000). Em 1492 os últimos judeus que professavam a sua religião abandonaram aquele país devido à frequência de levantamentos ocorridos contra as comunas<sup>12</sup> e o estabelecimento da Inquisição.

No mesmo ano, o rei D. João II concedeu um direito de residência permanente às famílias judias ricas espanholas a troco de determinada soma de dinheiro, tal como a artesãos economicamente uteis (Benbassa & Rodrigue, 2000). O número de judeus que terá entrado em Portugal varia de autor para autor, o número mínimo apontado vai desde os 50000, entre os que entraram oficial ou clandestinamente (Tavares, 1995), embora haja autores a apontar números elevados, entre 100000 a 150000 (Benbassa & Rodrigue, 2000) e outros vão ainda até aos 400000 (Kamen, 1988).

A relativa paz com que os judeus viveram no final do século XV, não iria durar muito, D. João II morreu em 1495, D. sem descendência e subiu ao trono D. Manuel, seu cunhado,

---

<sup>11</sup> Sefarditas são os judeus da Península Ibérica, que na língua hebraica medieval era designada por Sefarad (Attias & Benbassa, 1997).

<sup>12</sup> Na maioria dos casos, as comunas eram formadas por uma única judiaria, mas em cidades maiores como Lisboa ou Porto, podiam ser subdivididas em várias judiarias.

que cobiçando reunir as duas coroas, Espanha e Portugal, procurou contrair matrimónio com D. Isabel, filha primogénita dos reis católicos (Paulo, 1985). O seu pedido foi finalmente aceite, com a condição de que os judeus seriam expulsos de Portugal.

Deste modo, a 30 de Novembro de 1496, foi promulgada uma lei ordenando a judeus e muçulmanos, que se fizessem cristãos ou abandonassem o país, sob pena de morte (Paulo, 1985), obrigando que todos os judeus residentes nos domínios portugueses se convertessem ao catolicismo, que nesta altura seriam uns 60 a 70000 (Tavares, 1995).

Decretada a expulsão e obrigados a converterem-se os que não saíram, começou a era dos cristãos novos (muitos migraram para o Brasil, recém-descoberto pelos portugueses, longe das perseguições empreendidas na metrópole). Muitos judeus secretos – criptojudeus ou marranos – viviam aparentemente de acordo com os preceitos do catolicismo, mas em sigilo, continuavam a praticar as tradições judaicas dos antepassados (Paulo, 1985). A perseguição a este povo atinge os limites de barbárie, quando a 19 de Abril de 1506 se dá o acontecimento histórico conhecido como o “massacre dos judeus” em que um movimento espontâneo de milhares de pessoas enfurecidas perseguiu os cristãos-novos, resultando em cerca de 4000 mortos. Segundo Mateus & Pinto (2007, p. 80), “muitos eram imediatamente mortos, outros eram levados ainda vivos para a praça de São Domingos ou Rossio e para o Terreiro do Paço, e aí queimados vivos.

Em 1547, implantou-se definitivamente o Tribunal da Inquisição em Portugal e nessa altura aumentou o numero de cristãos novos que, impedidos de praticar a sua religião devido às perseguições do Santo Ofício, a praticavam em secretismo. Os autores Benbassa & Rodrigue (2000, p. 45) dão uma explicação da razão porque o criptojudaísmo se tivesse mostrado particularmente ativo em Portugal:

A questão dos marranos colocou-se neste país com uma acuidade ainda mais forte do que em Espanha. É com efeito a própria comunidade judaica normativa que se encontra condenada à apostasia. Trata-se neste caso, além do mais, daqueles mesmos judeus que haviam já preferido os rigores de um exílio a uma conversão ao cristianismo, o que aliás lhes teria permitido ficar em terras de Espanha. A sua fidelidade à religião dos seus antepassados era uma realidade bem atestada. A sua conversão em massa tinha-os transformado em cristãos, de um dia para o outro, sem modificar de qualquer modo a sua profunda maneira de ser.

Desde os finais do século XII que os judeus tiveram importância em Belmonte, devido à sua situação geográfica (em toda esta região, aliás, são conhecidas antigas judiarias). No foral sanchino, desde 1199 que os judeus são referidos na vila de Belmonte (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009). Existem várias referências documentais em relação à comunidade judaica da vila e uma lápide com inscrição em hebraico, datada de 1297, que pertencera a uma antiga sinagoga (Nogueira, 2005). De facto, os Arquivos Notarial e Municipal de Belmonte e o Distrital de Castelo Branco confirmam a continuidade da presença deste povo na localidade até ao século XXI (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009).

O facto de Belmonte estar tão perto da raia espanhola, e de já existir uma comunidade judaica organizada, terá atraído os judeus expulsos de Castela em 1492. Como já foi referido, a situação de tolerância vivida nessa data durou pouco tempo e no reinado de D. Manuel os judeus foram forçados à conversão. A permanência dos judeus convertidos, mas que secretamente continuavam a praticar o judaísmo<sup>13</sup> é atestada por diversos processos inquisitoriais de naturais de Belmonte nos séculos XVI, XVII e XVIII (Nogueira, 2005). Durante toda a época da inquisição, Belmonte conseguiu preservar muitos dos ritos, orações e relações sociais, afinal desde este período que as candeias de *shabat*<sup>14</sup> nunca se apagaram, o jejum de 24 horas do *Yom Kippur*<sup>15</sup> cumpria-se rigorosamente, o *Purim*<sup>16</sup> não foi esquecido e a *Pessah*<sup>17</sup> era vivida com os devidos rituais (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009). Apesar da pressão para a diluição na sociedade católica portuguesa, muitos dos belmontenses cristãos-novos continuaram a casar-se apenas entre si durante séculos (RJD, 2011). Os casamentos eram realizados primeiro em casa segundo a Lei de Moisés, tal como rituais funerários (antes de se chamarem os sacerdotes católicos e médicos) reiterando uma afirmação identitária judaica (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009). Silva M. (2008, p. 3) relata:

<sup>13</sup> À semelhança de outros judeus secretos nas Beiras e em Trás-os-Montes.

<sup>14</sup> Dia de descanso; último dia da semana do calendário judaico, começando na sexta-feira ao pôr-do-sol e acabando no sábado depois de anoitecer. Qualquer forma de trabalho é interdito neste dia (Attias & Benbassa, 1997).

<sup>15</sup> “Festa das Sortes”; é a festa do Exílio, precedida por jejum (Attias & Benbassa, 1997).

<sup>16</sup> Dia da Expição (ou grande perdão) é comemorado com um grande jejum de 25 horas, do pôr-do-sol ao anoitecer do dia seguinte (Attias & Benbassa, 1997).

<sup>17</sup> Páscoa, que celebra a festa da primavera e a comemoração do Êxodo, da saída de Israel da escravidão no Egipto e da constituição em povo livre (Attias & Benbassa, 1997).

O mais significativo exemplo de persistência da identidade judaica entre os descendentes de marranos foi descoberto pelo Engenheiro de Minas judeu-polonês, Samuel Schwarz (1880 – 1953). Em 1925, publicou um livro intitulado *Os Cristãos Novos em Portugal no Século XX*, onde revelou a existência no pequeno vilarejo de Belmonte, região centro de Portugal, de uma comunidade de descendentes de cristãos-novos que por séculos mantiveram clandestinamente sua identidade étnico-cultural judaica.

Foi de facto, Samuel Schwarz – eminente hebraísta que fez um levantamento sobre os marranos portugueses – que ao visitar Belmonte pela primeira vez em 1917, deu a conhecer a vida singular de fé e resistência da comunidade judaica desta vila (Marques, 2001). A partir daí Belmonte tornou-se num símbolo e foi também muito importante no movimento de retorno dos *bnei anussim*<sup>18</sup> ao judaísmo. Uma das características que distinguiram o movimento de Belmonte foi a amplitude que o mesmo assumiu no Portugal do início do século XX; para tal contribuiu a chamada “obra de resgate” empreendida pelo capitão do exército português, de origem marrana, Artur Carlos de Barros Basto; “sediado na cidade do Porto e liderado por Barros Basto. Um amplo movimento de apoio ao retorno de marranos ao judaísmo estendeu-se pelas regiões da Beira e Trás-os-Montes” (Silva M. , 2008, p. 3).

Em 1926, constituiu-se um comitê internacional para ajudar no retorno dos marranos “em 1927, foi fundado um jornal intitulado *Ha-Lapid* (O Facho), que circulou até 1958 e que promovia a causa dos marranos através de notícias e divulgação de ensinamentos judaicos” (Silva M. , 2008, p. 3). Durante o Estado Novo, o clima de medo instituiu de novo o secretismo: o conhecimento do nazismo, a política portuguesa, fechou a comunidade aos outros (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009). Mas embora estes marranos tivessem perdido, ao longo dos anos, muitos dos cânones da religião judaica, continuaram fieis à sua fé, como atestam os autores Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea (2009, pp. 87, 88)

Todavia, maioritariamente, sentiam-se judeus, queriam ser judeus, diziam-no judeus. Perpetuando rituais e textos de orações, teceram uma coesão securizante que a partilha religiosa sustentava. Preservaram discursos de fé e invocavam identidade de povo escolhido, louvavam *o Deus de Abraão*, suplicavam proteção, manifestavam o desejo de aceder à Terra Prometida.

---

<sup>18</sup>Significa “filhos dos forçados”; são os judeus marranos, descendentes de judeus portugueses e espanhóis, obrigados a converterem-se ao cristianismo.

Na década de 70, quando contactámos com a comunidade, os preceitos doutrinários referidos mantinham-se, recitavam preces que repetiam, as palavras que os inquisidores tinham registado em processos de cristãos-novos. Entre outras, verificámos que a oração que acompanha o acender das candeias de sábado, um momento sagrado, não se alterara durante cinco séculos. Não eram circuncidados, não possuíam livros sagrados, não falavam hebraico, não havia sinagoga, nem rabinos. Era um mundo indecifrável para judeus que se habituaram a atribuir a pertença judaica a partir de critérios de que a prática marranica se desvia.

A partir do 25 de Abril de 1974, a liberdade cívica e de culto e a abertura ao mundo judaico, originou um movimento de retorno ao judaísmo ortodoxo por parte dos belmontenses (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009). Em 1989 a Comunidade Judaica de Belmonte teve constituição legal (RJD, 2011), e desde aí, tal como referem Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea (2009, p. 88), muitos passos foram dados na consolidação desta comunidade:

A construção da sinagoga (Beth Elyau) – 1996 –, do cemitério – 2001 –, as circuncisões, o conhecimento das festas, de preces, o cumprimento das leis da *cacherut*<sup>19</sup> e de pureza familiar, se não extinguiram completamente o marranismo, renovaram o *modus vivendi* da comunidade. Constituída por cerca de 250 pessoas, continua a despertar o interesse de judeus de todo o mundo.

O rabi permanente em Belmonte desde 2010 é António Mendes, que é também o presidente da Comunidade Judaica de Belmonte.

### 3.1.3. TURISMO JUDAICO EM BELMONTE

O turismo judaico em Portugal, um nicho de mercado, tem-se impulsionado nos últimos anos, especialmente na região beirã. A Rede de Judiarias de Portugal, com sede em Belmonte, criada em Março de 2011, integra os municípios de Belmonte, Castelo de Vide, Freixo de Espada à Cinta, Guarda, Lamego, Penamacor e Trancoso. Fazem também parte da estrutura as entidades regionais de Turismo do Douro, Serra da Estrela, Lisboa e Vale do Tejo, Oeste, Alentejo e Algarve e ainda a Comunidade Judaica de Belmonte. Esta rede tem como objetivo tem por fim uma atuação conjunta, na defesa do património urbanístico,

---

<sup>19</sup> Designa as leis dietéticas da religião judaica, que consignam quais os alimentos que podem ser consumidos, quando e em que condições (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009).

arquitetónico, ambiental, histórico e cultural, relacionado com a herança judaica (RJD, 2011).

A Câmara Municipal de Belmonte posiciona o turismo judaico como o principal diferenciador da vila. Segundo o seu sítio da internet, em relação ao museu judaico, “a Câmara Municipal de Belmonte apostou num trabalho especializado, em ordem não só à criação de um museu de reconhecido interesse local e regional mas também de âmbito nacional e internacional, que seja capaz de atrair visitantes de todo o mundo” (C.M. Belmonte, 2012).

Por toda a vila há sinais evidentes da relação de Belmonte com o Judaísmo. Em várias lojas de comércio tradicional vendem-se produtos exclusivamente judaicos, tal como produtos alimentares e vinhos kosher<sup>20</sup> e grande variedade de artigos entre decoração, artesanato, produtos religiosos como taças de vinho, *menorahs*<sup>21</sup>, toalhas, e também de vestuário como kipás, etc. e recentemente abriu uma loja – Mazal Tov – que vende quase exclusivamente produtos judaicos.

Entretanto o presidente da autarquia, Amândio Melo já fez saber à comunicação social que espera que esteja para breve a construção de um hotel kosher, de tradição judaica, no concelho, um projeto privado que está a ser apreciado pelo município para acolher os 15 mil visitantes anuais do património judeu (Expresso, p. 2011). A própria Comunidade Israelita de Lisboa, na sua página sobre o turismo, refere Belmonte e mostra os contactos da Comunidade Judaica de Belmonte (CIL, 2012).

## 3.2. PATRIMÓNIO JUDAICO DE BELMONTE

### 3.2.1. A JUDIARIA

A judiaria era o espaço (uma ou mais ruas) onde viviam os judeus. Em Portugal, estes inicialmente eram misturados com cristãos, “mas a imposição de residência exclusiva dos

---

<sup>20</sup> Comida kosher é aquela que é própria para o consumo pelos judeus, de acordo com os preceitos da sua religião, segundo o *Cacherut*. Para se identificar um produto kosher são usados símbolos de certificação acompanhados por letras ou palavras para indicar a categoria do produto, de acordo com a lei religiosa judaica (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009).

<sup>21</sup> Candelabro de sete braços, que é motivo constante da arte judaica e símbolo judaico por excelência, sendo inclusive o emblema oficial do Estado de Israel. (Attias & Benbassa, 1997)

indivíduos da minoria, no espaço da judiaria, foi algo que cresceu, durante a dinastia de Avis” (Tavares, 1995, p. 13). As judiarias eram muito limitadas em infra estruturas, diz a autora (1995, p. 14),

A sinagoga era o cerne de toda a vida comunitária, não existindo qualquer outro edifício de utilidade pública, para além do cemitério ou adro dos judeus – este, no exterior do espaço habitado –, pelo que os banhos e cárcere eram partilhados com os cristãos, tal como o açougue.

A antiga judiaria de Belmonte compreendia as ruas de Marrocos e Direita de Marrocos<sup>22</sup> e a Rua da Sé; a comunicação entre estas três ruas principais – zona medieval da vila – faz-se por pequenas vielas e guetos, onde teriam vivido judeus, mouros e homiziados<sup>23</sup> (Nogueira, 2005).

Segundo João Valente (2011), há uma série de características que indicam ter sido uma casa habitada por judeus, tais como o *mezuzá*: uma pequena caixa que guardava o rolo de pergaminho com os versículos do Deuteronomio, que era colocada aproximadamente a altura do ombro de uma pessoa adulta, no plano interior da porta, com preferência do lado direito, da porta de entrada da casa. Outra característica é o piso térreo ter normalmente duas portas, uma mais larga que dá acesso à oficina ou comércio; e a outra mais estreita, de acesso a uma escadaria que conduz ao piso superior, onde se abrem na fachada uma ou duas pequenas janelas, quase sempre na vertical das portas. As casas são geralmente baixas e outro traço muito típico é as arestas exteriores dos umbrais das portas e janelas biselados. (Valente, 2011)

Na antiga Judiaria e nas ruas circundantes de Belmonte há sinais da presença judaica, como enumera Nogueira (2005) no seu roteiro da vila: a laje da Lã na encosta do castelo e a Lage do Sebo no local da antiga Judiaria, que testemunham algumas atividades desenvolvidas por esta comunidade na vila; casa na Rua onde se pode ver nas ombreiras das portas, duas cruces incisas; n.º 20 e 12 na mesma rua (a última data de 1764); n.º 10 da Travessa da República; n.º 98 da Rua do Olival, que apresenta incrustado o armário onde se colocavam as candeias de sábado; n.º 18 da Rua do Inverno e os n.º 151 e 153 da Rua Pedro Álvares Cabral.

---

<sup>22</sup> Atualmente Rua da Fonte da Rosa e Rua Direita.

<sup>23</sup> Criminosos cristãos, cujo cumprimento da sentença judicial era precisamente viverem circunscritos ao espaço das judiarias e mourarias.

### 3.2.2. A SINAGOGA

A sinagoga é o espaço de culto judaico, mas também lugar de reunião, de concentração e de “escola, porque tradicionalmente a sinagoga é também um lugar de ensino. (...); Coração da vida comunitária judaica, a sinagoga é, antes de tudo, um lugar de oração: celebram-se aí os ofícios públicos e lê-se ritualmente a Tora<sup>24</sup>” (Attias & Benbassa, 1997, p. 263)

Como já foi dito, Belmonte possuía uma antiga sinagoga, situada na Rua das Lages, “cujo edifício, aproveitado depois da conversão forçada dos judeus para o culto católico, foi há mais de cem anos destruído por um incêndio” (Paulo, 1985, p. 140)

A atual sinagoga da vila, inaugurada em 1996 foi projetada pelo arquiteto Neves Dias e tem o nome de *Bet Heliahu*<sup>25</sup> (Nogueira, 2005). É um edifício pintado de branco, com porta de madeira com um *menorah* embutido. Em relação a esta sinagoga, diz Nogueira (2005, p. 32),

Como todas as sinagogas, encontra-se orientada para Jerusalém, obedecendo no seu interior, à regra de separação entre homens e mulheres na sala de orações.

Entre os objetos de culto que se encontram no interior do templo contam-se a Tora (o Livro) guardado num armário fechado com uma cortina, o Kéter Tora (coroa), o Yad (indicador de leitura, cálices, castiçais, recipientes para as especiarias, etc.

### 3.2.3. O MUSEU JUDAICO DE BELMONTE

O turismo cultural cresce consideravelmente e dentro deste segmento podemos destacar o Museu como um grande atrativo turístico. Os museus ajudam a definir o produto turístico de um destino e fazem parte de uma cultura universal de divulgação de conhecimentos e experiências. (Stylianou-Lambert, 2010)

---

<sup>24</sup> A Tora (ou lei, ou livro) é no fundo o conjunto dos ensinamentos normativos do judaísmo, não só a Tora escrita, mas também a Tora oral (Attias & Benbassa, 1997), mas o termo pode ser utilizado para definir o livro (Tora de Moisés ou Lei de Moisés) com os cinco primeiros textos do Antigo Testamento (a que o cristianismo chama de Pentateuco).

<sup>25</sup> Nome do pai do judeu que a mandou edificar.

Os museus tal como o património histórico e cultural, formam um conjunto de atrativos que possibilita ao visitante conhecer melhor a história da localidade/região/país que está a visitar e permite-lhe vivenciar experiência e desfrutar de momentos de reflexão e observação, que servem para o crescimento cultural e espiritual dos indivíduos. Há ainda outro grande benefício: gera um sentimento de orgulho para as comunidades e de admiração por parte dos visitantes, bem como uma aura de respeito entre os diferentes grupos. (Silva D. T., 2009)

Atualmente a atividade museológica está intimamente relacionada com o turismo, até porque encontra neste uma fonte de sustentação, não só na venda de ingressos, mas na confeção e na venda de souvenirs, reproduções, catálogos, cursos, oficinas e equipamentos de oferta alimentar, que geram receitas e atraem mais público (Barreto, 2001). Segundo Martins (2003, p. 45),

“Musealizar” a cultura material e imaterial significa recontextualizá-la, exigindo dos estudiosos responsáveis conhecimentos exaustivos dos objectos em seu poder e do espaço que estes ocuparão nos museus, para representar com fidelidade o sentido que tal objecto representou no seu passado histórico.

Atualmente muitos destinos turísticos fazem dos museus o seu principal atrativo. O Museu Judaico de Belmonte, único em Portugal, abriu em 2005 e retrata a história da presença sefardita no país. Segundo o sítio da internet da Câmara Municipal de Belmonte, este museu pretende ser um singular espaço pedagógico-didático sobre o Judaísmo e a cultura do povo judeu, cumprindo uma missão educativa. Ilustra a história dos judeus portugueses, e a sua persistência religiosa judaica através dos séculos, o seu contributo na cultura, arte, literatura, comércio e ofícios; e ainda a cultura e religião dos judeus, os seus rituais e costumes, na sinagoga e em casa (C.M. Belmonte, 2012).

O museu é composto por três pisos com mais de uma centena de peças originais da Idade Média e dos séculos XV a XX. No piso 1 localiza-se a receção serviços de atendimento, a loja do museu e um auditório; o piso 2 é dedicado à exposição permanente e o piso 3 é reservado para exposições temporárias, para a área da direção e administração e ainda para o Centro de Estudos Judaicos (C.M. Belmonte, 2012).

### 3.2.4. PATRIMÓNIO JUDAICO INTANGÍVEL

Uma das formas de património cultural intangível é a própria linguagem. Algumas das expressões da população de Belmonte revelam influência da comunidade judaica aqui existente. Segundo Marques (2001, pp. 261, 262) são expressões de origem judaica, usadas por cristãos velhos e muito correntes na vila:

- Ai setenta e três! Ou: Setenta e três nomes do Senhor! Admiração completa com estupefação.<sup>26</sup>

- Ai Altíssimo Senhor! Ou: Altíssimo Senhor de Adonai!<sup>27</sup>

- Ma terçã! Outras vezes e a maior parte das pessoas já diz: Mâtrãção! Ou: Mâtrãção te dê, alma desgraçada! Rogar uma terça era rogar uma febre terça. Hoje não se tem essa noção. “Mâtrãção!” é apenas uma exclamação. Mâtrãção te dê no baço, coisa desgraçada!

E antes de passar à frente convém dizer que a gente de Belmonte, normalmente diz estas pragas imitando a maneira de falar dos judeus: R gutural, S fricativo...

O mesmo autor refere-se também às pragas de judeu, expressões correntes em Belmonte, que traduzem pragas e que são atribuídas aquele povo, como por exemplo: “Olha alma desgraçada, tantos trabalhos te persigam, que queiras morrer e não possas!” ou “Corrido sejam como o dinheiro! Alma desgraçada” (Marques, 2001).

Em relação à tradição onomástica judaica da terra, segundo Paulo (1985, p. 140), são estes os nomes mais vulgares na população judaica de Belmonte: “Dias, Henriques, Diogos, Caetanos, Vaz, Sousas e Morões. Nos patronímicos, são vulgares os nomes bíblicos: Moisés, Tobias, Elias, David, Ester, Sara, Raquel, etc.”

---

<sup>26</sup> O autor explica que às sextas-feiras à noite, quando se acendem as candeias, os judeus rezavam 73 vezes a oração seguinte: “Anjos benditos, profetas, patriarcas, monarcas diante do Senhor, sejam servidos entregar esta torcidinha à honra e louvor do Senhor, por intenção da santa sexta-feira até sábado. Amens, Senhor, ao céu vá, ao céu chegue.” (Marques, 2001)

<sup>27</sup> Adonai é literalmente “meu Senhor”, termo que os judeus usam para se referirem a Deus, em substituição do nome inefável, indizível. O verdadeiro nome de Deus não pode ser pronunciado senão pelo sacerdote, uma vez por ano no Kipur. (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009)



## 4. METODOLOGIA

*“Todo o método consiste na ordem e na disposição das coisas para as quais devemos voltar o olhar do espírito, para descobrir alguma verdade.”*

*René Descartes*

### INTRODUÇÃO

Neste capítulo expor-se-á a metodologia usada ao longo desta investigação. Esta insere-se no domínio científico das ciências sociais e seguiu a metodologia desta área de conhecimento, tal como o método científico de pesquisa.

Começar-se-á por expor a natureza do problema e a justificação da investigação, seguindo-se a explanação dos objetivos e questões inerentes à investigação. Por fim, descrever-se-á a metodologia aplicada, nomeadamente na recolha de informação através de inquéritos por questionário.

#### 4.1. NATUREZA DO PROBLEMA E JUSTIFICAÇÃO DA INVESTIGAÇÃO

A revisão bibliográfica que se desenvolveu nos capítulos anteriores permitiu perceber os conceitos envolvidos neste estudo, nomeadamente as linhas que devem orientar uma oferta turística integrada, de modo a envolver a população local nos processos de desenvolvimento do Turismo em Belmonte.

O sector do turismo cresceu e continua a crescer em todo o mundo e em Portugal a sua importância é particularmente relevante, designadamente em função do significado assumido no âmbito do PIB (cerca de 10 por cento) e no seu peso relativamente à Balança de Pagamentos, enquanto ferramenta contabilística do Estado. Torna-se urgente compreender os fenómenos sociais que decorrem da prática desta atividade, nomeadamente os mecanismos que promovem o envolvimento das populações autóctones e respetivas consequências promocionais e de diferenciação do produto turístico em causa.

O turismo integrado e sustentado é uma prioridade, sendo fundamental que as populações locais se envolvam na atividade turística, que a percebam e que a sintam como um

fenómeno fundamental para a sua própria emancipação coletiva, observada enquanto tal numa lógica de Assunção Identitária.

Este processo, em determinadas circunstâncias, nada terá de profanador para as suas terras, para a sua cultura e para o seu património. A coesão do destino revelar-se-á fundamental para contextos decisivos, como por exemplo, para incrementar a própria capacidade de retenção do Destino Turístico.

O interesse do tema revela-se por ser atual e ir de encontro a prioridades defendidas pelo Plano Estratégico Nacional do Turismo, nomeadamente na proposta de valor atrativa de Portugal, que tem como fatores diferenciadores a “História, Cultura e Tradição” e a “Diversidade concentrada” (PENT M. d., 2007). Os elementos diferenciadores constituem os recursos turísticos que distinguem Portugal de outros destinos concorrentes, como se pode perceber no documento que delineia este plano estratégico:

A proposta de valor de Portugal irá apostar nos fatores que mais nos diferenciam de outros destinos concorrentes – “Clima e luz”, “História, Cultura e Tradição”, “Hospitalidade” e “Diversidade concentrada” – e em elementos que qualificam Portugal para o leque de opções dos turistas – “Autenticidade moderna”, “Segurança” e “Qualidade competitiva” (PENT M. d., 2007, p. 5)

Estas considerações revestem de particular importância para a presente investigação e justificam a sua oportunidade e interesse. O turismo judaico é um nicho de mercado em Portugal e Belmonte é a única localidade do país que se posicionou neste tipo de turismo. Não foram encontrados estudos sobre o tema e se esse facto constituiu uma dificuldade para a investigação, sendo no entanto, *per si*, uma justificação válida para atestar o seu interesse.

#### 4.2. OBJETIVOS E QUESTÕES DA INVESTIGAÇÃO

Tendo como ponto de partida a forte presença judaica em Belmonte, pretende-se avaliar de que modo os locais se assumem e identificam, ou não, com o turismo judaico ali praticado. Pretende-se assim diagnosticar contributos e constrangimentos locais para o desenvolvimento de uma oferta turística integrada em Belmonte.

Estabeleceram-se em como objetivos desta investigação:

- | Fazer um levantamento da presença judaica em Belmonte
- | Analisar a oferta turística em Belmonte, suportada pela presença judaica
- | Analisar e interpretar a opinião e perceção dos residentes (contributos e constrangimentos) em relação ao turismo local, nomeadamente no que concerne turismo judaico
- | Analisar a perceção do envolvimento comunitário na oferta turística

As questões que orientaram a investigação foram as seguintes:

- | Questão 1 – Será que a opinião dos residentes em relação ao turismo em geral e ao turismo judaico em particular, difere consoante as características sociodemográficas, o grau de envolvimento no sector do turismo (incluindo o usufruto de dividendos) e o facto de ser ou não ser da religião judaica?
- | Questão 2 – Quais são as perceções dos impactes mais positivos e negativos do turismo em geral e turismo judaico de Belmonte mais reconhecidos pelos residentes?
- | Questão 3 – Será que há diferenças consideráveis entre os seis itens em comum sobre o turismo em geral e o turismo judaico?
- | Questão 4 – Será possível identificar grupos homogéneos de residentes com base nas suas perceções dos impactes do turismo em geral e do turismo judaico?
- | Questão 5 – Será que os residentes de Belmonte assumem identitariamente o turismo judaico como uma singularidade positiva e que proporciona vantagens à sua comunidade?

### 4.3. METODOLOGIA APLICADA NA INVESTIGAÇÃO

Numa primeira fase foi realizada uma abordagem teórica mediante uma revisão bibliográfica, que permitiu conceptualizar as teorias relacionadas com o património e com o turismo cultural, incluindo a Assunção Identitária local e oferta turística integrada. Nesta fase procedeu-se também à caracterização da vila de Belmonte, à sua relação histórica com o Judaísmo, levantamento do património judaico e a situação atual da vila enquanto destino de turismo judaico.

O passo seguinte foi a elaboração do modelo teórico definido, bem como a delimitação de inquéritos por questionário a aplicar à população de Belmonte. Estes forneceram as informações que permitiram analisar e avaliar as perceções dos residentes face ao turismo em geral e ao turismo judaico em particular.

Os questionários foram aplicados após a sua validação através da realização de um pré-teste realizado em suporte informático<sup>28</sup>.

O formato final do questionário da procura resultou num total de 18 questões, sendo 8 dirigidas ao perfil, 2 ao envolvimento com o sector do turismo, 1 à avaliação da importância das atrações turísticas do concelho (com 6 itens medidos através de uma escala de Likert), e as restantes relacionadas com as perceções do turismo em linhas gerais e do turismo judaico do concelho. As duas questões centrais para classificar afirmações sobre o turismo em geral e relativas ao turismo judaico em particular, têm 17 e 9 itens respetivamente (escala de Likert), o que perfaz um total de 48 questões. A bateria de 17 itens sobre o turismo em geral foi baseada no questionário aplicado aos residentes no estudo de Ana Isabel Moniz realizado nos Açores (Moniz, 2006). Todas as questões são fechadas e obrigatórias, exceto 3 questões em que se pede opiniões/sugestões, que são abertas e facultativas.

Foram realizados 121 inquéritos. Estes foram aplicados apenas a moradores do concelho de Belmonte. A amostra da procura é uma amostra não probabilística, ocasional de conveniência e não aleatória. Tendo em consideração que se não se pretendia a representatividade, mas sim a validade interna<sup>29</sup> e ecológica<sup>30</sup> do estudo, o processo de amostragem respondeu aos objetivos delineados.

Os questionários foram aplicados entre o mês de fevereiro e o início do mês de junho, sendo a maioria recolhidos entre o Carnaval e a Páscoa. Os inquéritos foram recolhidos presencialmente.

---

<sup>28</sup> Através do Facebook, foram escolhidos inquiridos com residência em Belmonte, ao qual foi enviado um link que encaminhava para o questionário elaborado no Google Docs. Foram respondidos trinta e sete, de mais de duas centenas de questionários enviados.

<sup>29</sup> Os resultados do estudo são corretos para a amostra, aplica-se às condições deste grupo em particular: os visitantes da região Oeste.

<sup>30</sup> Similaridade entre as condições da pesquisa e as reais; está relacionada com o conceito anterior, uma vez que os resultados obtidos não são generalizados a outros ambientes (a outras regiões do país, por exemplo).

Foi construída uma base de dados resultante dos inquéritos válidos obtidos. Estas foram posteriormente analisadas recorrendo ao software estatístico IBM SPSS Statistics 19, tirando daí as relativas conclusões, através de estatística descritiva, correlações, cruzamento de variáveis através do Qui-quadrado e análise de *Cluster*. Com a informação obtida, foi elaborado o presente relatório final. A informação foi tratada com o total dos respondentes, com a exceção de 3 questões facultativas, que serão mencionadas (tal como o número de respostas obtido).



## 5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

*“O começo de todas as ciências é estranhar que as coisas sejam como são.”*

*Aristóteles*

### INTRODUÇÃO

Nos capítulos anteriores percorreu-se um caminho metodológico com base na revisão bibliográfica e preparou-se o terreno para melhor compreender esta investigação. Neste capítulo chega-se finalmente à discussão dos resultados da investigação específica, levada a cabo na vila de Belmonte, com o intuito de avaliar os benefícios e os constrangimentos do turismo judaico percebidos pelos seus residentes.

Deste modo, analisar-se-á os resultados, recorrendo ao software estatístico IBM SPSS Statistics 19, através de estatística descritiva, correlações e cruzamento de variáveis, e uma análise de *Cluster*. Começar-se-á pelo perfil demográfico dos residentes inquiridos, seguindo-se o envolvimento dos residentes com o sector do turismo, as percepções dos residentes sobre o turismo em geral e o turismo judaico e a classificação dos residentes em grupos homogéneos com base na percepção do turismo e turismo judaico.

Todos os testes foram efetuados tendo em consideração um nível de significância de 5%, ou seja a probabilidade de erro é  $p=0,05$ . Este *P-value* é o valor de significância observado: para este valor demonstrar algum tipo de relação entre as variáveis é necessário que seja inferior a 5% (0,05) (Carver & Nash, 2009).

### 5.1. PERFIL DOS RESIDENTES INQUIRIDOS

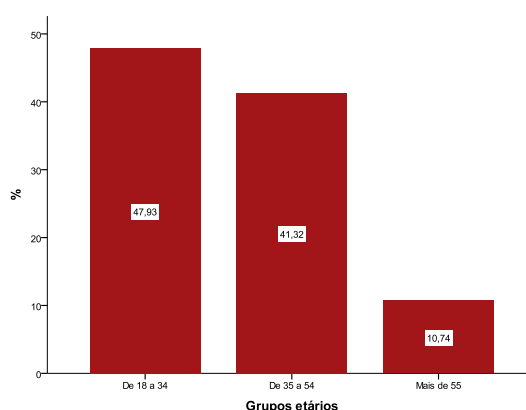
#### 5.1.1. PERFIL DEMOGRÁFICO

Para traçar o perfil sociodemográfico dos inquiridos, foram calculadas algumas medidas de estatística descritiva.

A amostra foi constituída por 121 indivíduos. Foram inquiridos 70 indivíduos do sexo feminino (57,9%) e 51 do sexo masculino (42,1%). A média de idades é de 38 anos (sendo

a idade mínima 18 e a idade máxima 83), a mediana 36 e a moda 21. A baixa média de idades neste estudo é explicada pelo facto das pessoas mais jovens se terem predisposto mais facilmente a responder, ao contrário das pessoas mais velhas que ofereceram muita resistência a colaborar. Para efeitos de análise, agrupou-se os dados em três grupos etários como se apresenta no gráfico 1.

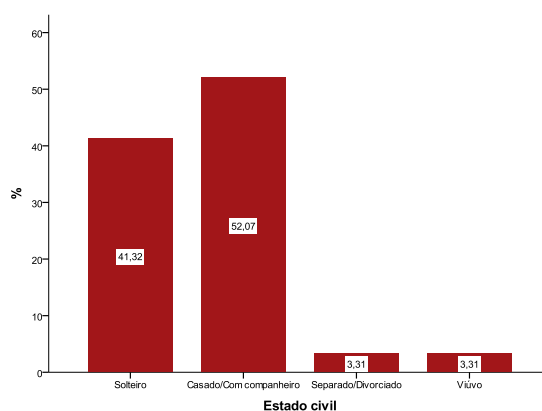
**Gráfico 1 - Percentagem de residentes inquiridos por grupos etários**



Em relação à questão “É natural do concelho de Belmonte, 85 (70,2%) responderam afirmativamente, contra 36 (29,8%) de respostas negativas. Destes últimos, a média de anos que residem no concelho é de 22 anos.

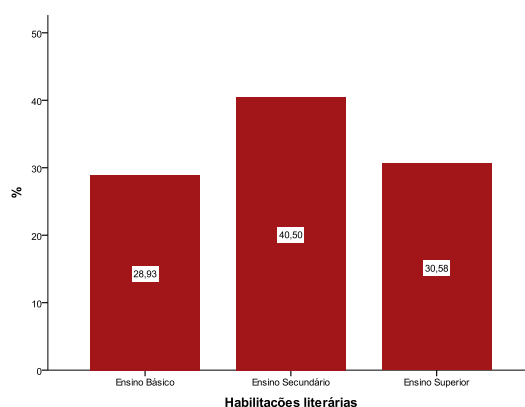
Quanto ao estado civil, verifica-se que 63 residentes enquadram-se na categoria de “casado/com companheiro” (52,1%), seguindo-se 50 “solteiros” (41,32%). O total dos 8 inquiridos que se inserem noutra situação, “separados/divorciados” e “viúvos” apresentam a mesma percentagem cada: (3,3%), como se pode verificar no gráfico 2.

Gráfico 2 - Percentagem de residentes inquiridos por estado civil



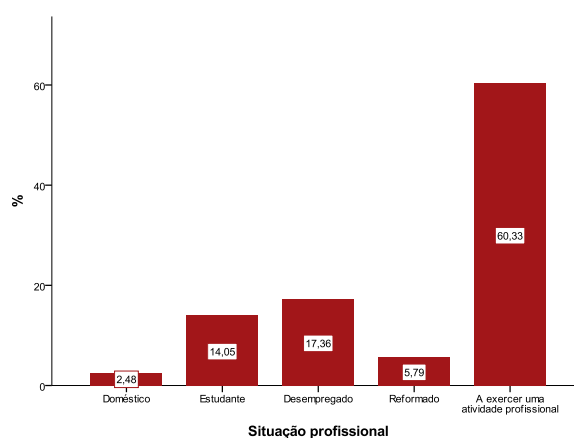
No nível de escolaridade, optou-se por agrupar em três grupos: básico (35 inquiridos, correspondendo a 28,9%), secundário (49 inquiridos, equivalendo a 40,5%) e superior (37 inquiridos, correspondendo a 30,6%), sendo que nos grupos secundário e superior apenas se considerou os inquiridos que tinham completado estes ciclos de estudos. O nível de escolaridade dos inquiridos é relativamente alto, o que pode ser explicado pela baixa média de idades da amostra, caso que já foi explicado anteriormente.

Gráfico 3 - Percentagem de residentes inquiridos por nível de escolaridade.



Quanto à situação profissional, a maioria dos inquiridos (85 no total) exercem uma atividade profissional (60,3%), 3 são domésticas (2,5%), 17 estudantes (14%), 21 desempregados (17,4%), e 7 reformados (5,8%).

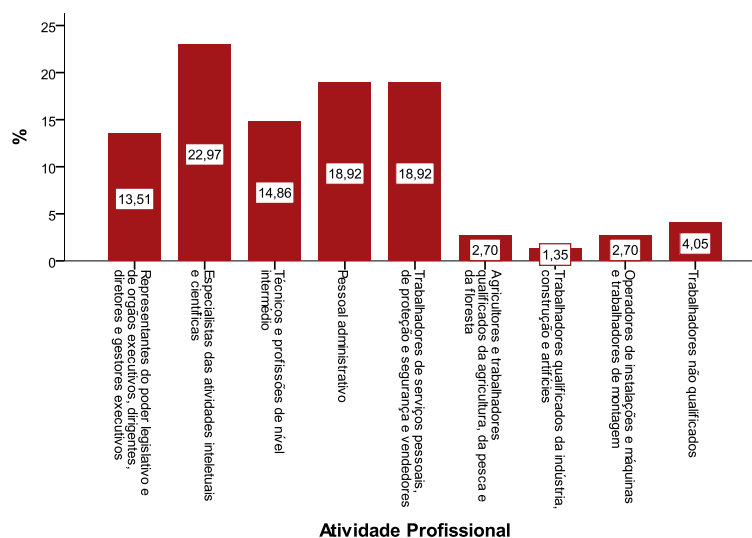
Gráfico 4 - Percentagem de residentes inquiridos por situação profissional



Relativamente às profissões dos inquiridos que exercem uma atividade profissional, e devido ao grande número de respostas variadas, agruparam-se as respostas tendo por base a Classificação Portuguesa das Profissões (INE I.P., Edição de 2011).

Como se pode verificar no gráfico seguinte, a categoria com maior percentagem é a dos Especialistas das atividades intelectuais e científicas, com 23%, seguindo-se o Pessoal administrativo e os Trabalhadores de serviços pessoais, de proteção e segurança e vendedores, ambas com 18,9%, os Técnicos e profissões de nível intermédio com 14,9% e os Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigentes, diretores e gestores executivos com 13,5% (na qual se incluem os empresários, comerciantes ou outros que gerem o seu próprio negócio). As restantes categorias têm menos expressividade: Trabalhadores não qualificados com 4,1%; Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, da pesca e da floresta e Operadores de instalações e máquinas e trabalhadores de montagem, ambas com 2,7% e finalmente Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artificies, com 1,4%.

Gráfico 5 - Percentagem de residentes inquiridos por grupo profissional



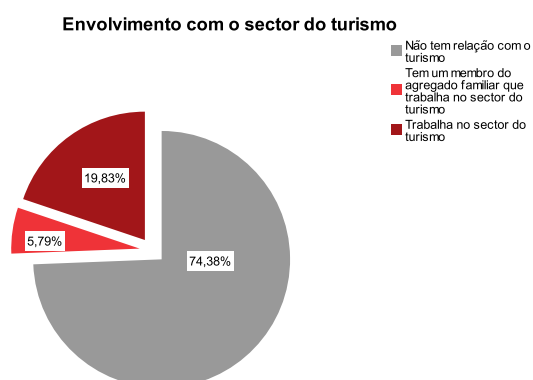
Quanto à dimensão do agregado familiar, esta varia entre uma e sete pessoas, sendo a média de 3,1 elementos, e a mediana e a moda ambas de 3.

Na última questão, relativa à situação face ao Judaísmo, 113 dos inquiridos (93,4%) afirmaram-se sem relação com o judaísmo, apenas 1 (0,8%) declarou ser de origem judaica e 7 (5,8%) identificaram-se como sendo judeus. Esta percentagem é aceitável, uma vez que a comunidade judaica de Belmonte é constituída por cerca de 250 pessoas (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009) e a população deste concelho ronda os 6800 habitantes (INE, 2011).

### 5.1.2. ENVOLVIMENTO DOS RESIDENTES COM O SECTOR DO TURISMO

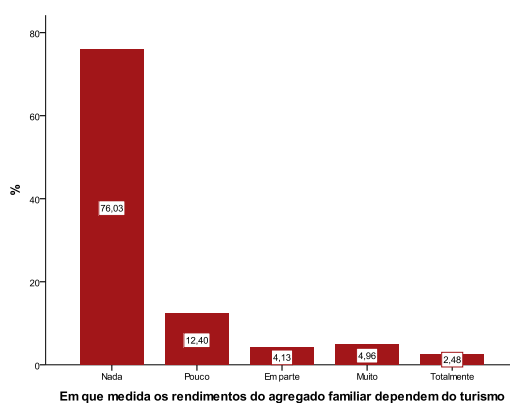
Relativamente ao grau de envolvimento no sector do turismo, constatou-se que 24 inquiridos (19,8%) trabalham no sector do turismo ou têm contacto direto com turistas, 7 (5,85) têm um membro do agregado familiar que trabalha no sector do turismo ou noutro sector que tenha contato direto com turistas, e os restantes 90 (74,4%) não têm qualquer tipo de envolvimento com o sector do turismo.

Gráfico 6 - Percentagem de inquiridos por envolvimento no sector do turismo



Conclui-se que, de modo geral, os inquiridos não estão muito envolvidos no sector do turismo, e a análise à questão seguinte vem consolidar esta convicção: perguntou-se aos inquiridos em que medida é que os rendimentos do seu agregado familiar dependia do turismo, utilizando uma escala de Likert de 5 pontos<sup>31</sup>, variando entre 1, “Nada” e 5, “Totalmente”, sendo o ponto médio 3, correspondente a “Em parte”. A média das respostas foi de 1,45, o que significa que os rendimentos dependem muito pouco do sector do turismo para esta amostra. O desvio padrão foi de 0,97, significando que houve alguma dispersão das respostas, se bem que não significativa.

Gráfico 7 - Percentagem dos inquiridos por grau de dependência dos rendimentos ao sector do turismo



## 5.2. PERCEÇÕES DOS RESIDENTES SOBRE O TURISMO EM GERAL E O TURISMO JUDAICO EM PARTICULAR

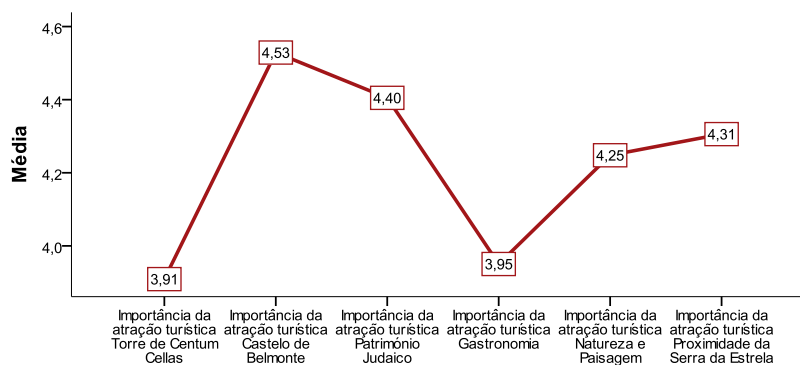
<sup>31</sup> Sendo 1 – Nada, 2 – Pouco, 3 – Em parte, 4 – Muito e 5 – Totalmente)

### 5.2.1. IMPORTÂNCIA ATRIBUÍDA ÀS ATRAÇÕES TURÍSTICAS

Foi apresentada aos inquiridos uma lista de seis atrações turísticas do concelho de Belmonte, entre as quais o património judaico (museu, sinagoga e judiaria), para estes avaliarem numa escala de Likert de 5 pontos<sup>32</sup>, de 1, “Nada importante” a 5, “muito importante. Foi-lhes pedido para se imaginarem como turista, ao atribuírem os graus de importância.

A representação gráfica das médias em relação a cada atração turística é apresentada no gráfico 8.

Gráfico 8 - Média da opinião dos inquiridos sobre a importância das atrações turísticas de Belmonte



Todas as atrações turísticas tiveram médias elevadas, sendo o castelo de Belmonte, a que teve maior média, logo seguido do património judaico, da proximidade à Serra da Estrela e da natureza e paisagem. As atrações que tiveram menores médias foram a torre de *Centum Cellas* e a gastronomia.

Os desvios padrões das seis atrações não são muito elevados, ainda assim o maior é o da torre de Centum Cellas, o que significa que em relação a esta atração há opiniões mais extremas, ao contrário do património judaico, a atração turística que teve um menor desvio padrão, significando que houve um pequeno número de dispersão das respostas, como se pode verificar na tabela 2.

<sup>32</sup> Sendo 1 – Nada importante, 2 – Pouco importante, 3 – Em parte, 4 – Importante e 5 – Muito importante

**Tabela 2 - Medidas estatísticas da importância das atrações turísticas**

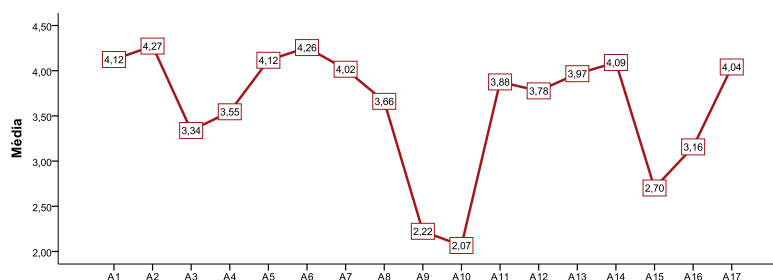
	Torre de Centum Cellas	Castelo de Belmonte	Património Judaico	Gastronomia	Natureza e Paisagem	Proximidade da Serra da Estrela
Média	3,91	4,53	4,40	3,95	4,25	4,31
Desvio Padrão	0,87	0,65	0,60	0,85	0,76	0,72

### 5.2.2. IMPACTOS DO TURISMO EM GERAL

Para avaliar as perceções dos residentes em relação ao turismo (todo o tipo de turismo em geral), pediu-se aos inquiridos para classificarem 17 afirmações sobre impactos do turismo (todo o tipo de turismo), utilizando uma escala de Likert de cinco pontos<sup>33</sup>, variando entre 1, “Discordo totalmente” e 5, “Concordo totalmente”, sendo o ponto médio 3, correspondente a “Estou indeciso”.

A representação gráfica para a média das 17 afirmações<sup>34</sup> pode ser analisada no gráfico 9.

**Gráfico 9 - Média da opinião manifestada pelos residentes inquiridos em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo em geral**



Na tabela 3 pode ser observada a percentagem de inquiridos que respondeu a cada ponto da escala, a média e o desvio padrão. São apresentadas as afirmações por ordem decrescente de médias.

<sup>33</sup> Sendo 1 – Discordo totalmente, 2 – Discordo, 3 – Estou indeciso(a), 4 – Concordo e 5 – Concordo totalmente.

<sup>34</sup> Ver o significado de cada afirmação no quadro seguinte, onde aparecem por extenso.

**Tabela 3 - Percentagem, média e desvio padrão, para a opinião manifestada em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo em geral**

<b>AFIRMAÇÕES SOBRE O TURISMO EM GERAL</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>M</b>	<b>Dp</b>
2) O turismo ajuda a preservar o património do concelho de B.	-	3,3	5,8	51,2	39,7	<b>4,27</b>	0,72
6) O turismo não é fonte de problemas sociais, como droga, etc.	3,3	1,7	5,8	44,6	44,6	<b>4,26</b>	0,90
1) O turismo ajuda a preservar a cultura do concelho de Belmonte	1,7	2,5	8,3	57	30,6	<b>4,12</b>	0,79
5) O turismo não perturba a vida dos residentes do concelho de B.	2,5	5,8	8,3	44,6	38,8	<b>4,12</b>	0,96
14) O turismo não tem provocado o aumento da criminalidade	2,5	2,5	5	63,6	26,	<b>4,09</b>	0,80
17) O turismo não tem prejudicado a natureza do concelho de B.	0,8	4,1	9,9	60,3	24,8	<b>4,04</b>	0,77
7) O turismo não tem provocado o aumento de poluição no C. B.	2,5	7,4	8,3	49,6	32,2	<b>4,02</b>	0,97
13) O turismo não tem provocado estragos no património de B.	2,5	5,8	7,4	61,2	23,1	<b>3,97</b>	0,87
11) O turismo não tem provocado alterações negativas nos jovens	4,1	3,3	13,2	59,5	19,8	<b>3,88</b>	0,91
12) O turismo contribui para a qualidade das infra estruturas de B.	5,8	8,3	12,4	49,6	24	<b>3,78</b>	1,08
15) Os negócios de turismo estão nas mãos da população de B.	19	25,6	28,1	20,7	6,6	<b>2,70</b>	1,19
8) O turismo não tem provocado subida de preços de bens e casas	5,8	8,3	18,2	49,6	18,2	<b>3,66</b>	1,05
4) O turismo beneficia os negócios e o comércio do concelho	8,3	12,4	19,8	35,5	24	<b>3,55</b>	1,22
3) O turismo permite criar emprego para os residentes do C. B.	10,7	17,4	16,5	38	17,4	<b>3,34</b>	1,26
16) O turismo ajuda a melhorar a vida da população do concelho	9,9	20,7	24	34,7	10,7	<b>3,16</b>	1,17
9) Os residentes do C. B. têm mais dinheiro devido ao turismo	28,9	34,7	23,1	11,6	1,7	<b>2,22</b>	1,04
10) A população de B. participa em decisões relativas ao turismo	33,9	36,4	20,7	7,4	1,7	<b>2,07</b>	1,00
<b>Média Global</b>						<b>3,60</b>	

A média global das 17 afirmações é de 3,6. Uma vez que o ponto 3 da escala de Likert é um valor neutro (“Estou indeciso”), para a interpretação considera-se que a opinião é favorável quando a média de cada afirmação é superior a 3,5 e desfavorável quando é inferior a 2,5. O mesmo se passará em relação a futuros casos similares.

As afirmações que o turismo ajuda a preservar o património em Belmonte e que não é fonte de problemas sociais como a droga, alcoolismo, etc. foram os impactos do turismo com mais concordância por parte dos inquiridos (embora a segunda tenha um desvio padrão bastante maior), logo seguidos (e todos com médias superiores a 4) das afirmações que o turismo ajuda a preservar a cultura, não perturba a vida dos residentes, não provoca o aumento da criminalidade, não prejudica a natureza e não provoca aumento de poluição. Aliás, das 17 afirmações, 13 tiveram médias positivas.

Relativamente às questões de que o turismo permite criar emprego para os residentes e que ajuda a melhorar a vida da população, as suas médias situam-se em média no ponto da indecisão, e com desvio padrão significativo.

As duas afirmações com média negativa foi a de que os residentes têm mais dinheiro em relação ao turismo (com média de 2,2) e a de que a população participa na tomada de decisões relativas ao turismo, esta última a mais baixa de todas (com média de 2,07), o que significa que os inquiridos em média não sentem que os residentes beneficiem economicamente com o turismo, e muito menos se sentem a participar nas decisões relativas a este sector.

### 5.2.3. *IMPACTOS DO TURISMO JUDAICO*

Na questão seguinte, os inquiridos confrontaram-se com uma série de cinco afirmações<sup>35</sup> sobre o que o turismo judaico representa atualmente para Belmonte, para selecionarem apenas uma, com uma escala ordinal de “É uma atividade sem expressão para Belmonte” a “É uma atividade decisiva para Belmonte”

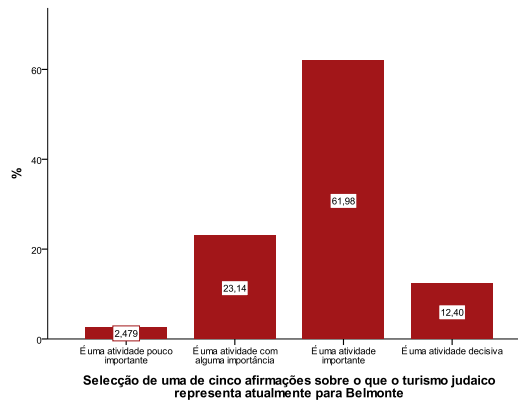
Uma vez que é uma questão de escala ordinal, faz sentido apresentar o valor da média, que se situa em 3,84 e do desvio padrão, de 0,65, o que significa que há pouca dispersão entre as respostas.

Apresenta-se no gráfico 10, as percentagens dos inquiridos que optaram por cada uma das afirmações. De realçar que não houve nenhum único inquirido a responder a opção “É uma atividade sem expressão para Belmonte”, enquanto a maioria (61,98 %) optou pela afirmação “É uma atividade importante para Belmonte”.

---

35 Afirmação 1 – É uma atividade sem expressão para Belmonte; Afirmação 2 – É uma atividade pouco importante para Belmonte; Afirmação 3 – É uma atividade com alguma importância para Belmonte; Afirmação 4 – É uma atividade importante para Belmonte; Afirmação 5 – É uma atividade decisiva para Belmonte

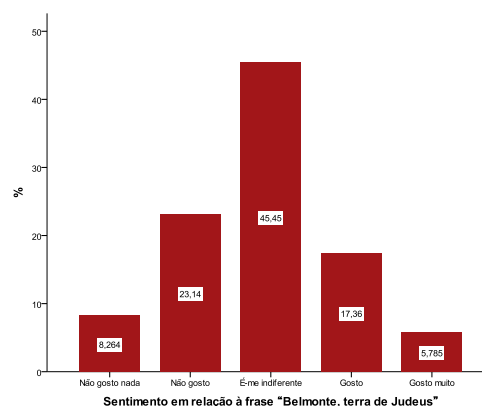
**Gráfico 10 - Percentagem de inquiridos que respondeu a cada uma das cinco opções sobre a importância do turismo judaico para Belmonte**



Seguidamente inquiriu-se os residentes sobre o que sentiam em relação à frase “Belmonte, terra de judeus”, avaliada numa escala de Likert de 5 pontos, em que os valores variavam de 1, “Não gosto nada” a 5, “Gosto muito”, com o ponto médio de 3, “É-me indiferente”. Nesta questão a média é mais baixa do que a questão anterior: 2,89 e o desvio padrão mais elevado (0,98), o que quer dizer que há maior dispersão entre as respostas, ou seja, os inquiridos têm mais tendência para dar respostas mais extremas.

No gráfico 11 observa-se as percentagens dos inquiridos que responderam a cada um dos 5 pontos da escala de Likert. Observe-se que 8,28% responderam “não gosto nada” e 23,14% “não gosto”; para 45,45% esta expressão é-lhes indiferente 17,36% gosta da expressão e 5,79% não gosta nada.

**Gráfico 11 – Percentagem de inquiridos relativamente ao que sentem em relação à frase “Belmonte, terra de judeus”**

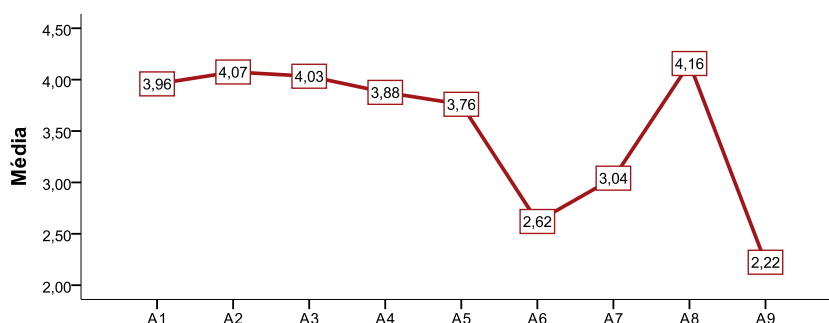


Para avaliar as perceções dos residentes em relação ao turismo judaico, solicitou-se aos inquiridos para classificarem 9 afirmações sobre impactos do turismo judaico, utilizando uma escala de Likert de cinco pontos<sup>36</sup>, variando entre 1, “Discordo totalmente” e 5, “Concordo totalmente”, sendo o ponto médio 3, correspondente a “Estou indeciso”.

Seis destas afirmações são exatamente iguais a seis da bateria de 17 questões relativas ao turismo, com a única diferença de que aqui, a expressão “turismo” é substituída por “turismo judaico”. As primeiras três afirmações desta bateria não se aplicavam ao turismo em geral, dada a singularidade do turismo judaico.

A representação gráfica para a média destas 9 afirmações<sup>37</sup> foi a seguinte:

**Gráfico 12 - Média da opinião manifestada pelos residentes inquiridos em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo judaico**



Na tabela 4 pode-se observar a percentagem de inquiridos que respondeu a cada ponto da escala, a média e o desvio padrão. Tal como no caso das afirmações sobre o turismo em geral, o quadro apresenta as afirmações por ordem decrescente de médias.

**Tabela 4 - Percentagem, média e desvio padrão, para a opinião manifestada em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo em geral**

AFIRMAÇÕES SOBRE O TURISMO JUDAICO	1	2	3	4	5	M	Dp
8) O turismo judaico não perturba a vida dos residentes de B.	-	1,7	5,8	67,8	24,8	<b>4,16</b>	0,60

<sup>36</sup> Sendo 1 – Discordo totalmente, 2 – Discordo, 3 – Estou indeciso(a), 4 – Concordo e 5 – Concordo totalmente.

<sup>37</sup> Ver o significado de cada afirmação no quadro seguinte, onde aparecem por extenso.

2) O turismo judaico não é pior que outro tipo de turismo	-	5	9,1	59,5	26,4	<b>4,07</b>	0,74
3) O turismo judaico engrandece o nome de Belmonte	-	6,6	14,9	47,1	31,4	<b>4,03</b>	0,86
1) O turismo judaico traz vantagens ao concelho de Belmonte	3,3	3,3	9,9	61,2	22,3	<b>3,96</b>	0,87
4) O turismo judaico ajuda a preservar a cultura de Belmonte	-	9,9	15,7	51,2	23,1	<b>3,88</b>	0,88
5) O turismo judaico ajuda a preservar o património de Belmonte	3,3	8,3	14,9	56,2	17,4	<b>3,76</b>	0,95
7) O turismo judaico beneficia os negócios e o comércio de B.	14	19,8	19	42,1	5	<b>3,04</b>	1,18
6) O turismo judaico permite criar emprego para os residentes	16,5	33,1	25,6	21,5	3,3	<b>2,62</b>	1,10
9) Os residentes do C. B. têm mais dinheiro devido ao turismo J.	29,8	33,9	21,5	14	0,8	<b>2,22</b>	1,05
<b>Média Global</b>						<b>3,53</b>	

A média global da amostra é de 3,53. As três afirmações com maior média (superior a 4), logo as com mais concordância por parte dos inquiridos foram que o turismo judaico não perturba a vida dos residentes, o turismo judaico não é pior que outro tipo de turismo e o turismo judaico engrandece o nome de Belmonte. As três afirmações seguintes têm médias mais baixas, mas ainda positivas.

As afirmações de que o turismo judaico beneficia os negócios e o comércio de Belmonte e que permite criar emprego para os residentes, têm médias que se situam na indecisão. A única média negativa é a referente à afirmação de que os residentes têm mais dinheiro devido ao turismo judaico.

#### 5.2.4. QUESTÕES ABERTAS – VANTAGENS E INCONVENIENTES DO TURISMO JUDAICO E OPINIÕES SOBRE O TURISMO EM GERAL

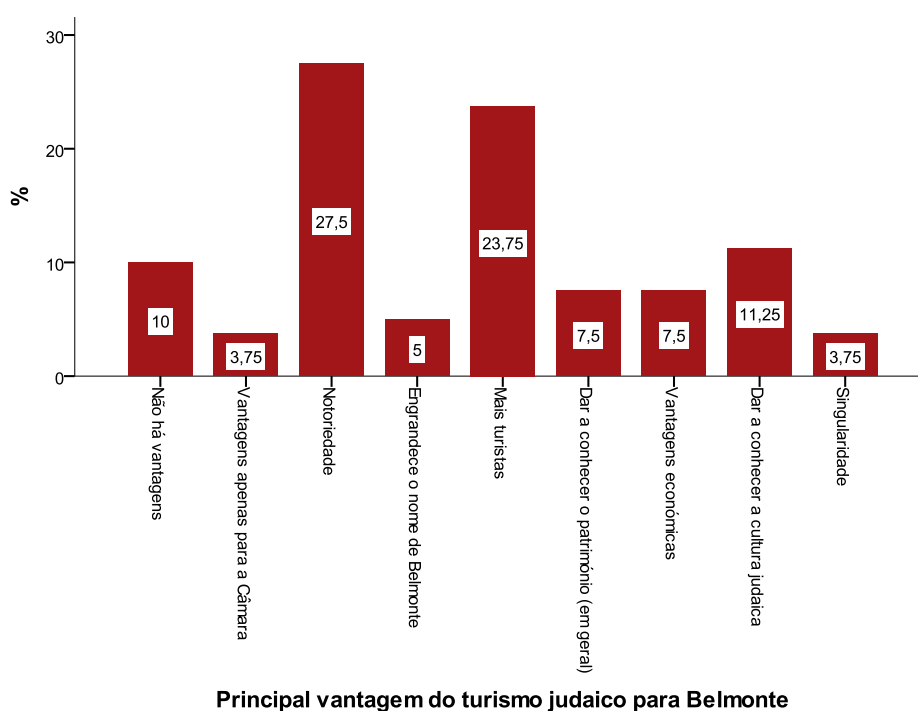
As seguintes questões (8, 9 e 10) eram as únicas de resposta facultativa de todo o questionário e também as únicas questões abertas.

Na primeira destas questões pergunta-se qual a principal vantagem do turismo judaico para Belmonte. Nesta questão, fez-se uma diferença entre as pessoas que não responderam de todo às questões, uma vez que eram facultativas e as que responderam “nenhuma”, isto porque ao não responderem ficamos sem saber a sua posição e ao responderem “nenhuma” ficamos a saber que pensam que não há nenhum inconveniente.

Assim, dos 121 inquiridos, 80 (66,1%) responderam a esta questão e é sobre estes que recaem os 100% de respostas tratadas. Proceder-se-á do mesmo modo, para as outras duas questões com as mesmas características.

Devido ao facto da questão ser aberta, as várias respostas diferentes, foram agrupadas por similaridade de resposta. Dos inquiridos respondentes, 10% não encontram expressamente nenhuma vantagem neste tipo de turismo, 27,5% encontram na notoriedade a principal vantagem. Logo a seguir, com 23,75% aparece o facto do turismo judaico trazer mais turistas a Belmonte. Seguem-se outras vantagens encontradas pelos inquiridos, como se pode verificar no gráfico 13.

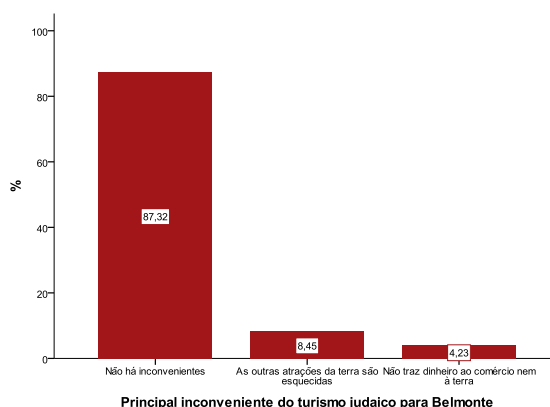
Gráfico 13 - Percentagem de residentes inquiridos, por tipo de vantagem do turismo judaico para Belmonte



Seguidamente perguntou-se aos inquiridos qual o principal inconveniente do turismo judaico em Belmonte. Tal como na questão anterior, contabilizou-se para o número dos respondentes, as pessoas que expressamente responderam não haver “nenhum” inconveniente. Do total dos inquiridos, 71 (58,7%) responderam a esta questão.

A grande maioria, 87,32% responde expressamente não encontrar qualquer inconveniente, sendo as restantes respostas divididas em dois grupos: os que encontram o principal inconveniente no facto das outras atrações turísticas de Belmonte serem esquecidas devido ao turismo judaico<sup>38</sup>, e 4,23% que vêm no facto do turismo judaico não trazer mais dinheiro ao comércio e à população em geral<sup>39</sup>, o principal inconveniente.

Gráfico 14 - Percentagem de residentes inquiridos, por tipo de inconveniente do turismo judaico para Belmonte



Dos 121 inquiridos, apenas 50 (41,3%) quiseram apresentar sugestões relativamente ao turismo em Belmonte. Também aqui, à semelhança das duas questões anteriores, as várias respostas foram agrupadas, por categorias. Empatadas em primeiro lugar, com 18% aparecem as sugestões no sentido de se criar mais atividades e infraestruturas para fixar o turista<sup>40</sup> e no sentido de se investir na promoção, marketing e divulgação de Belmonte<sup>41</sup>. Em segundo lugar, aparecem três categorias de resposta, todas com 14% cada: críticas à empresa municipal (EMPDS Belmonte – Empresa Municipal de Promoção e Desenvolvimento Social do concelho de Belmonte), que é acusada pelos residentes de

<sup>38</sup> A título de exemplo, transcreve-se o comentário de um dos inquiridos: “Belmonte é uma terra não só ligada ao Judaísmo, mas ligada à história de Portugal, isto porque é a Terra de Pedro Álvares Cabral, descobridor do Brasil. Belmonte têm outros pontos turísticos de muito interesse, nomeadamente, o Castelo e Igreja de S. Tiago, o Museu do Azeite, o Ecomuseu do Zêzere e o Museu dos Descobrimentos”.

<sup>39</sup> Exemplo: “O turismo em Belmonte é uma atividade de passagem. Os turistas chegam, vêm, gostam, mas o retorno financeiro para a população, resultante da atividade, é reduzido ou quase nulo.

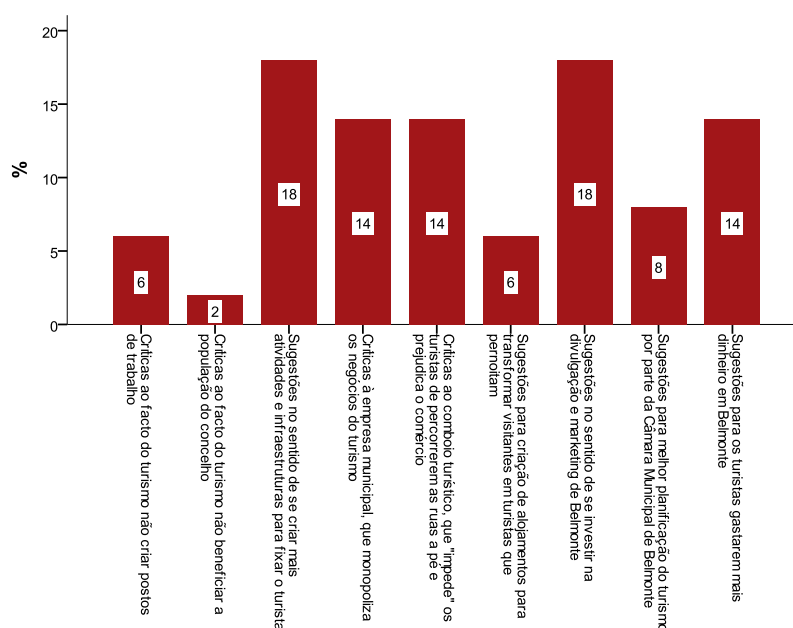
<sup>40</sup> Exemplo: “Eu penso que deviam ser criadas mais infraestruturas, de forma a fixarem os turistas por mais tempo nesta zona, tornando assim este turismo mais rentável para a população de Belmonte e arredores.”

<sup>41</sup> Exemplo: “Está pouco divulgado a oferta turística do concelho, embora que entenda que os custos de uma boa divulgação representa para um município tão pequeno, mas poderia ser uma mais-valia a curto prazo em especial uma divulgação internacional.”

monopolizar os negócios de turismo em Belmonte<sup>42</sup>, críticas ao comboio turístico (também pertencente à empresa municipal), que, dizem os respondentes, “impede” os turistas de andarem a pé e por isso não passam nas ruas onde existe o comércio tradicional e os negócios dos residentes<sup>43</sup>, e sugestões várias no sentido de fazer com que os turistas gastem mais dinheiro em Belmonte. As outras sugestões e críticas podem ser observadas no quadro seguinte, com as respetivas percentagens de respostas.

Relevante é o facto de 36% dos inquiridos que responderam a esta questão, “aproveitarem” o que supostamente era um espaço para poderem apresentar sugestões relativas ao turismo, para apresentarem críticas, o que significa que há insatisfação quanto ao rumo do sector do turismo em Belmonte.

Gráfico 15 – Percentagem de residentes inquiridos, por tipo de sugestão sobre o turismo



### 5.3. RELAÇÃO DE VARIÁVEIS

<sup>42</sup> Exemplo: “As entidades que se encontram à frente da câmara municipal e empresa municipal deveriam promover o bom nome do comércio local e não angariar apenas clientes/turistas para os museus.”

<sup>43</sup> Exemplo: “Belmonte tem um comboio que passeia os turistas e os leva exclusivamente só aos museus e as lojas ficam a perder. Quem tenha uma loja de artesanato, por exemplo, não ganha nada, haja ou não turistas. A câmara municipal não se preocupa com os negócios dos residentes, chegando mesmo a prejudicar os pequenos negócios que tentam aumentar Belmonte.”

Uma vez que todas as questões que se pretende relacionar com outras, são de escala de Likert ou numéricas, proceder-se-á do seguinte modo:

A comparação de médias com variáveis nominais será feita através do comando do SPSS *Sample T – Test* para variáveis com duas categorias (como o sexo, por exemplo) e *One way Anova* no caso da variável possuir três ou mais categorias. Para correlacionar as questões com outras variáveis numéricas, utilizou-se o coeficiente de *Pearson*.

### 5.3.1. COMPARAÇÃO DE ITENS EM COMUM – TURISMO EM GERAL E TURISMO JUDAICO

Como já foi referido, seis das afirmações sobre o turismo judaico são exatamente iguais a tantas outras relativas ao turismo em geral. Uma das questões desta investigação é precisamente avaliar se há, ou não, diferenças significativas entre a avaliação dos residentes a ambos os conjuntos de seis afirmações.

A diferença pode ser observada na tabela 5, onde se mostra a comparação entre as respetivas médias, desvio padrão e diferença de médias.

Tabela 5 - Comparação entre as afirmações em comum: turismo em geral e turismo judaico

AFIRMAÇÕES	GERAL		JUDAICO		DIFERENÇA DE MÉDIAS
	M	Dp	M	Dp	
Ajuda a preservar a cultura do concelho de Belmonte	<b>4,12</b>	0,79	<b>3,88</b>	0,88	0,24
Ajuda a preservar o património do concelho de Belmonte	<b>4,27</b>	0,72	<b>3,76</b>	0,95	0,51
Permite criar emprego para os residentes do concelho de B.	<b>3,34</b>	1,26	<b>2,62</b>	1,10	0,72
Beneficia os negócios e o comércio do concelho de B.	<b>3,55</b>	1,22	<b>3,04</b>	1,18	0,51
Não perturba a vida dos residentes de Belmonte	<b>4,12</b>	0,96	<b>4,16</b>	0,60	-0,04
Os residentes do concelho de Belmonte têm mais dinheiro	<b>2,22</b>	1,04	<b>2,22</b>	1,05	0
<b>Média Global</b>	<b>3,60</b>		<b>3,28</b>		<b>0,48</b>

Como se pode verificar, as médias são muito similares, apesar de serem ligeiramente mais baixas no caso do turismo judaico, à exceção do item “Não perturba a vida dos residentes de Belmonte”, e do item “Os residentes do concelho de Belmonte têm mais dinheiro” (neste último o valor é exatamente o mesmo).

Com o objetivo de correlacionar a média total de cada grupo de seis variáveis, agrupou-se cada um<sup>44</sup> de modo a originar duas novas variáveis: a média de respostas dos seis itens sobre o turismo judaico de cada inquirido e a média das respostas dos seis itens sobre o turismo em geral.

No entanto, antes de agrupar as variáveis, procedeu-se ao teste de *Cronbach*<sup>45</sup> para verificar se tal era possível. O resultado foi muito consistente: 0,80 para a média dos seis itens do turismo judaico e 0,76 para a média dos seis itens do turismo em geral. Uma vez que as novas variáveis são numéricas, para as correlacionar utilizou-se o comando *Bivariate Correlations*. Neste caso fez-se a correlação através do coeficiente de *Pearson*<sup>46</sup>.

Como já se previa pela análise do quadro anterior, o coeficiente de *Pearson* é bastante elevado ( $r=0,66$ ) e a significância 0,00 o que significa que os inquiridos tiveram comportamentos muito semelhantes nos dois grupos.

Conclui-se assim que, os residentes de Belmonte têm uma opinião muito similar sobre os impactos do turismo judaico e o do turismo em geral, por exemplo, quando atribuíam valores elevados da escala de Likert às afirmações de turismo em geral, atribuíram também valores elevados ao turismo judaico.

Relacionou-se as duas novas variáveis e algumas características demográficas, de modo a perceber se há diferenças significativas entre elas. A respetiva significância de cada relação pode ser verificada na tabela 6.

Tabela 6 – Relação dos seis itens em comum entre o turismo em geral e o turismo judaico com variáveis demográficas

SEIS ITENS EM COMUM	Significância				
	Idade	Sexo	Env. Tur.	Dep. € Tur.	Judaísmo
Turismo em geral	<b>0,05</b>	0,28	0,62	<b>0,03</b>	<b>0,02</b>
Turismo judaico	<b>0,00</b>	0,34	0,28	0,02	0,22

<sup>44</sup> Através do comando do SPSS *Transform - Compute variable*

<sup>45</sup> O teste de Cronbach serve para verificar a consistência entre variáveis, permitindo saber se é possível agrupá-las., o que acontece quando o resultado do teste é igual ou maior que 0,60.

<sup>46</sup> O coeficiente de correlação de *Pearson* mede o grau da correlação (e a direção dessa correlação - positiva ou negativa) entre duas variáveis de escala métrica. Este coeficiente assume apenas valores entre -1 e 1, em que 1 significa uma correlação perfeita positiva (se uma aumenta, a outra aumenta também) entre as duas variáveis e -1 uma correlação negativa perfeita (se uma aumenta, a outra diminui). Quanto mais perto do valor 0 menos as duas variáveis dependem linearmente uma da outra.

A idade tem uma relação direta com ambos os casos, e como se pode verificar pelo coeficiente de Pearson –  $r=-0,18$  no turismo em geral e  $r=-0,34$  no turismo judaico – essa relação é negativa, ou seja há medida que a idade dos inquiridos sobe, a média dos seis itens em cada caso, sobe. No turismo judaico ainda é mais forte como se pode verificar pelo valor da significância (mais baixo) e pelo coeficiente de Pearson (mais alto).

O sexo e o envolvimento com o setor do turismo não têm relação com estas variáveis. Já na dependência de rendimentos do turismo<sup>47</sup> e o facto de se ser ou não judeu, verifica-se uma relação apenas na variável que forma a média dos seis itens relativos ao turismo em geral. No caso da dependência dos rendimentos do turismo, a média dos seis itens do turismo em geral sobe, à medida que os inquiridos mantêm uma maior dependência dos rendimentos do turismo, como se pode verificar na tabela 7.

**Tabela 7 – Médias dos seis itens em comum entre o turismo em geral e o turismo judaico por dependência dos rendimentos do turismo**

Dependência de rendimentos do turismo	MÉDIAS DOS SEIS ITENS		
	T. geral	T. Judaico	
Nada	3,5	3,2	
Pouco ou em parte	3,6	3,8	
Muito ou totalmente	4,2	3,6	
	<b>Sig</b>	<b>0,03</b>	<b>0,22</b>

No caso da relação com o judaísmo<sup>48</sup>, a média dos seis itens sobre o turismo em geral desce bastante quando os inquiridos são judeus, como se pode ver na tabela 8.

<sup>47</sup> Por questões de validação de resultados e uma vez que a grande maioria dos inquiridos não tinha nenhuns rendimentos do turismo, agrupou-se as cinco respostas possíveis, em três, para relacionar esta variável com outras. Assim manteve-se o primeiro grupo: residentes que não dependem nada de rendimentos do turismo ( $n=92$ ); agrupou-se os dois seguintes num só: residentes que dependem pouco ou em parte dos rendimentos do turismo ( $n=20$ ); e os dois últimos num terceiro grupo: residentes que dependem muito ou totalmente dos rendimentos do turismo ( $n=9$ ).

<sup>48</sup> Em todas as relações desta variável com outras, se excluiu a resposta “origem judaica” por só ter havido um inquirido a responder esta opção. Assim foram validadas as duas respostas possíveis: judeus e sem relação com o judaísmo.

Tabela 8 – Médias dos seis itens em comum entre o turismo em geral e o turismo judaico por relação com o Judaísmo

Relação com o Judaísmo	MÉDIAS DOS SEIS ITENS	
	T. geral	T. Judaico
Judeu	2,9	<b>2,9</b>
Sem relação com o Judaísmo	3,6	<b>3,3</b>
<b>Sig</b>	<b>0,22</b>	<b>0,02</b>

### 5.3.2. RELAÇÃO DE IMPACTOS DO TURISMO – GERAL E JUDAICO – COM OUTRAS VARIÁVEIS

De modo a relacionar a média geral de cada bateria de impactos do turismo (os 17 itens do turismo em geral e os 9 itens dos impactos do turismo judaico), agrupou-se as variáveis de modo a resultar numa média geral de cada grupo de impactos. Será esta média final que se relacionará com outras variáveis. Tal como no subcapítulo anterior, antes de submeter as variáveis a um agrupamento, procedeu a um teste de *Cronbach*. O resultado foi muito consistente e igual para ambos os casos: 0,85.

Tabela 9 – Relação dos impactos do turismo em geral e do turismo judaico com variáveis demográficas

IMPACTOS DO TURISMO	Significância				
	Idade	Sexo	Env. Tur.	Dep. € Tur.	Judaísmo
Turismo em geral	0,11	0,38	0,55	0,10	0,20
Turismo judaico	<b>0,00</b>	0,28	0,54	<b>0,05</b>	0,78

Relacionando estas duas novas variáveis com a variável idade, verifica-se que existe relação (significância), apenas no turismo judaico e que essa relação é negativa (o  $r = -0,37$ ), ou seja, há medida que a idade sobe, a resposta tende a ter médias mais baixas.

Já em relação à variável sexo, verifica-se que não há significância, em nenhum tipo de turismo, o que significa que as médias não variam muito em cada item conforme o sexo: homens e mulheres têm médias parecidas dentro de cada item. O mesmo acontece com o envolvimento no sector do turismo e na relação com o judaísmo, variáveis que não influem nas médias.

A variável “dependência de rendimentos do turismo” apresenta uma relação com o turismo judaico, como se pode apurar pelo valor da significância. Neste caso, à medida que há maior dependência de rendimentos do turismo, a média geral das afirmações relativas ao turismo sobe.

**Tabela 10 – Média geral dos impactos do turismo do turismo em geral e do turismo judaico por dependência de rendimentos do turismo**

Dependência de rendimentos do turismo	MÉDIA GERAL DAS AFIRMAÇÕES	
	T. geral	T. Judaico
Nada	3,5	<b>3,5</b>
Pouco ou em parte	3,8	<b>3,7</b>
Muito ou totalmente	3,8	<b>3,9</b>
	<b>Sig</b>	<b>0,10</b>
		<b>0,05</b>

### 5.3.3. *RELAÇÃO DE AFIRMAÇÕES RELATIVAS AO TURISMO JUDAICO COM OUTRAS VARIÁVEIS*

Neste subcapítulo relacionar-se-á as variáveis com as duas afirmações sobre o turismo judaico. Como se pode verificar na tabela 11.

**Tabela 11 – Relação entre afirmações sobre o turismo judaico e variáveis demográficas**

AFIRMAÇÕES	Significância				
	Idade	Sexo	Env. Tur.	Dep. € Tur.	Judaísmo
O que o turismo judaico representa atualmente para Belmonte	<b>0,02</b>	0,78	0,47	0,19	0,79
Belmonte, terra de judeus	<b>0,05</b>	0,75	0,59	0,54	0,44

Como se pode analisar, mais uma vez a idade é uma variável com significância em ambas as afirmações (é aliás a única, uma vez que as outras variáveis não apresentam significância). Neste caso, na primeira afirmação o  $r=-0,21$  e na segunda  $r=-0,18$ . Tal como em casos anteriores, a relação entre a idade e média das afirmações é inversa: há

medida que a idade dos inquiridos desce, a média das afirmações sobe, ou seja tem tendência a ser mais favorável.

## 5.4. CLASSIFICAÇÃO DOS RESIDENTES EM GRUPOS HOMOGÉNEOS

### 5.4.1. CRIAÇÃO DE CLUSTERS

Com o objetivo de detetar grupos homogéneos de residentes com base na perceção sobre o conjunto de 9 afirmações sobre o turismo judaico, foi realizada a análise de *clusters*<sup>49</sup> à amostra para classificar as respostas dadas. Através do comando do SPSS *K-mens Cluster*, foram criados três *clusters* cujas características das respostas, em cada um deles, apresentavam semelhanças.

Através dos resultados obtidos pela aplicação do método atrás mencionado, foi possível obter as médias dos três grupos nos 9 itens da questão 7. Esses resultados foram então correlacionados com as restantes variáveis. O *Cluster 1*, com 20 indivíduos, apresenta médias mais baixas; o *Cluster 2* constituído por 49 indivíduos, apresenta médias intermédias e o *Cluster 3*, tem 52 indivíduos, que atribuíram maior valor às afirmações relativas ao turismo judaico. Chamou-se ao primeiro grupo “Céticos”, ao segundo “Moderados” e ao terceiro “Interessados”. A média de cada *cluster* por item é apresentada na tabela 12.

Tabela 12 - Médias de opinião relativamente ao conjunto de afirmações sobre turismo judaico, por *cluster*

AFIRMAÇÕES	MÉDIAS		
	C. 1	C. 2	C. 3
1) O turismo judaico traz vantagens ao concelho de Belmonte	2,95	3,96	4,35
2) O turismo judaico não é pior que outro tipo de turismo	3,35	4,14	4,29
3) O turismo judaico engrandece o nome de Belmonte	3,10	4,06	4,37
4) O turismo judaico ajuda a preservar a cultura do concelho de Belmonte	2,40	4,04	4,29
5) O turismo judaico ajuda a preservar o património do concelho de Belmonte	2,30	3,98	4,12
6) O turismo judaico permite criar emprego para os residentes do concelho de Belmonte	1,95	1,96	3,50
7) O turismo judaico beneficia os negócios e o comércio do concelho de Belmonte	2,05	2,53	3,90
8) O turismo judaico não perturba a vida dos residentes de Belmonte	3,55	4,24	4,31

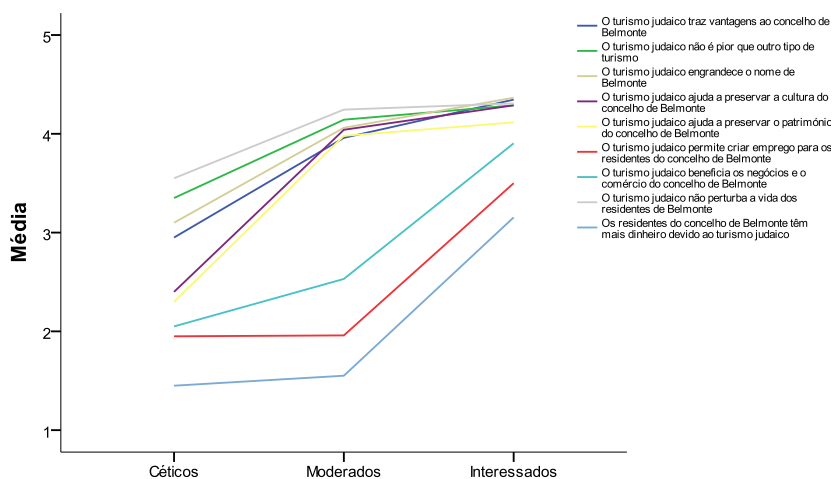
<sup>49</sup> Análise de clusters é uma técnica para classificar objetos ou casos em grupos de características homogéneas (clusters).

AFIRMAÇÕES	MÉDIAS		
	C. 1	C. 2	C. 3
1) O turismo judaico traz vantagens ao concelho de Belmonte	2,95	3,96	4,35
2) O turismo judaico não é pior que outro tipo de turismo	3,35	4,14	4,29
3) O turismo judaico engrandece o nome de Belmonte	3,10	4,06	4,37
4) O turismo judaico ajuda a preservar a cultura do concelho de Belmonte	2,40	4,04	4,29
5) O turismo judaico ajuda a preservar o património do concelho de Belmonte	2,30	3,98	4,12
6) O turismo judaico permite criar emprego para os residentes do concelho de Belmonte	1,95	1,96	3,50
7) O turismo judaico beneficia os negócios e o comércio do concelho de Belmonte	2,05	2,53	3,90
8) O turismo judaico não perturba a vida dos residentes de Belmonte	3,55	4,24	4,31
9) Os residentes do concelho de Belmonte têm mais dinheiro devido ao turismo judaico	1,45	1,55	3,15
<b>Média Global</b>	<b>2,57</b>	<b>3,38</b>	<b>4,03</b>

**Céticos**
**Moderados**
**Interessados**

A representação gráfica das médias por *cluster* é a seguinte:

**Gráfico 16 – Médias por *cluster* ao conjunto das 9 afirmações sobre o turismo judaico**



#### 5.4.2. RELAÇÃO DOS CLUSTERS COM OUTRAS VARIÁVEIS

Após o procedimento anterior, será verificado se existe alguma relação entre os *clusters* e outras variáveis. A análise destas relações será feita através de processos estatísticos distintos de acordo com o tipo de variável. Sendo a variável “cluster” nominal, será feita a

comparação de médias para relacionar os *clusters* com variáveis métricas ou escalas de Likert através do comando *One Way ANOVA*.

Para relacionar os *clusters* com variáveis nominais ou ordinais, serão utilizadas tabelas de contingência com o teste *Pearson Chi-square*<sup>50</sup>.

Correlacionando os três grupos resultantes da análise de *Cluster*, com as variáveis métricas, idade e dimensão do agregado familiar, obteve-se o resultado exposto na tabela 13.

Tabela 13 - Efeito dos *Clusters* em variáveis métricas

	CLUSTER	N	M	SIG
Idade	Céticos	20	<b>44,8</b>	<b>0,05</b>
	Moderados	49	<b>36,9</b>	
	Interessados	52	<b>35,7</b>	
Agregado Familiar	Céticos	20	<b>3,05</b>	1,00
	Moderados	49	<b>3,06</b>	
	Interessados	52	<b>3,08</b>	
Anos a viver no concelho	Céticos	8	<b>29,4</b>	0,09
	Moderados	12	<b>22,9</b>	
	Interessados	38	<b>17,2</b>	

Como se pode aferir pelo valor de significância observado através do *P-value*, não há qualquer relação entre os *clusters* e a dimensão do agregado familiar e o número de anos a residir no concelho, uma vez que em ambos os casos está acima dos 0,05 necessários para estabelecer relação entre variáveis (Carver & Nash, 2009).

No caso da idade, essa relação tem alguma significância: como se pode perceber ao observar o quadro, há uma relação inversa entre as médias da idade e o grau de interesse

<sup>50</sup> O teste de Chi-square, determina a diferença significativa entre o que é observado e o que é esperado das variáveis independentes; permite verificar igualdade (semelhança) entre categorias discretas e mutualmente exclusiva. O valor para cada célula é a diferença ao quadrado entre o valor esperado e o valor medido dividida pelo valor esperado. O Chi-square total é a soma dos valores de cada célula, quanto maior o valor de chi calculado maior a diferença entre o valor esperado e o medido.

pelo turismo judaico. Existe uma diferença considerável essencialmente do grupo dos céuticos em relação aos outros dois; a média de idades dos Céuticos é de 44,8 a dos Moderados 36,9 e a dos Interessados é de 35,7.

Verifica-se que média de elementos do agregado dos Moderados é de 2,9 e a dos Interessados 2,7. Em relação ao agregado familiar existem diferenças quase nulas: todos os grupos provêm de agregados em média com 3 pessoas.

A média de anos a viver no concelho de Belmonte (no caso dos residentes não naturais de Belmonte) é de 29, 4 para os céuticos, 22,9 anos para os moderados e 17,2 para os interessados; neste caso, embora não haja significância, verifica-se que há uma relação inversa entre o número de anos a viver no concelho e o grau de interesse.

Para as restantes variáveis, foi utilizado o teste do *Chi-square* através de tabelas cruzadas. O valor de *Pearson Chi-Square* e respetiva significância, tal como as respetivas percentagens de cada grupo em cada variável é apresentado na tabela 14.

Tabela 14 - Efeito dos *Clusters* em variáveis nominais

VARIÁVEL	CLUSTERS					
		CÉTICOS	MODERADOS	INTERESSADOS	CHI	SIG.
SEXO	FEMININO	18,6	42,9	38,6	1,40	0,50
	MASCULINO	13,7	37,3	49,0		
NATURAL DE BELMONTE	SIM	14,1	43,5	42,4	1,68	0,43
	NÃO	22,2	33,3	44,4		
HABILITAÇÕES LITERÁRIAS	E. BÁSICO	20,0	40,0	40,0	2,38	0,67
	E. SECUNDÁRIO	14,3	46,9	38,8		
	E. SUPERIOR	16,2	32,4	51,4		
SITUAÇÃO PROFISSIONAL	DOMÉSTICO	33,3	66,7	0,00	15,49	0,05
	ESTUDANTE	11,8	41,2	47,1		
	DESEMPREGADO	14,3	57,1	28,6		
	REFORMADO	57,1	28,6	14,3		
	A EXERCER ATIV. P.	13,7	35,6	50,7		
ENVOLVIMENTO NO TURISMO	TRABALHA NO TUR.	18,9	36,7	44,4	4,88	0,30
	FAMILIAR NO TUR.	14,3	71,4	14,3		
	SEM RELAÇÃO	8,3	45,8	45,8		
DEPENDÊNCIA	NADA	19,6	40,2	40,2	8,31	0,81

DOS	POUCO	0,00	60,0	40,0		
RENDIMENTOS	EM PARTE	0,00	40,0	60,0		
DO TURISMO	MUITO	16,7	16,7	66,7		
	TOTALMENTE	33,3	0,00	66,7		
RELAÇÃO COM O	JUDEU	14,3	71,4	14,3		
JUDAISMO	NÃO JUDEU	16,8	38,1	45,1	4,78	0,31

Verifica-se que, à exceção da “situação profissional”, nenhuma outra variável apresenta significância em relação aos *clusters*.

É necessário ter em consideração que o grupo dos Céticos é muito menor que os outros dois grupos (o que revela à partida, uma tendência para os inquiridos terem uma atitude positiva em relação ao turismo judaico), no entanto, através da análise da tabela 14 é possível traçar um perfil de cada *cluster*:

Quanto ao sexo, a percentagem de mulheres divide-se em 18,6% no grupo dos Céticos, 42,9% no Moderados e 38,6% no Interessados. Os homens distribuem-se do seguinte modo: 13,7% de Céticos, 37,3% de Moderados e 49% de Interessados.

A maioria dos naturais de Belmonte divide-se quase de igual modo entre os Moderados e Interessados (respetivamente 43,3% e 42,4%), e os inquiridos nascidos noutra concelho são sobretudo Interessados (44,45)

Em relação às habilitações literárias, os inquiridos com o ensino básico são maioritariamente Moderados e Interessados (ambos os casos 40%); no caso dos que possuem o ensino secundário, o grupo mais representativo é o dos Moderados (com 46,9%) e os inquiridos com o ensino superior têm claramente tendência para serem Interessados (51,4%).

No envolvimento com o sector do turismo, observa-se que quem trabalha no sector do turismo tem tendência a ser Interessado (44,4%), os inquiridos com familiares a trabalhar no sector são na sua grande parte Moderados (71,4%) e os sem relação com o turismo dividem-se entre os Moderados e Interessados (ambos os casos 45,8%).

Na relação com o Judaísmo, os judeus são maioritariamente Moderados (71,4%) – um dado interessante – e os inquiridos sem relação com o Judaísmo são na maioria Interessados (45,1%).

Como foi referido anteriormente, a variável “situação profissional” foi a única que apresentou significância<sup>51</sup> no cruzamento com os diferentes *clusters*. Na tabela 15 podemos comparar os valores esperados (por ponderação) e os valores observados, tal como as percentagens de cada grupo<sup>52</sup>.

Tabela 15 – Relação entre a situação profissional e os *clusters*

SITUAÇÃO PROFISSIONAL		CLUSTERS			
		CÉTICOS	MODERADOS	INTERESSADOS	TOTAL
DOMÉSTICO	OBSERVADO	1	2	0	3
	ESPERADO	0,5	1,2	1,3	
	%	33,3	66,7	0	
ESTUDANTE	OBSERVADO	2	7	8	17
	ESPERADO	2,8	6,9	7,3	
	%	11,8	41,2	47,1	
DESEMPREGADO	OBSERVADO	3	12	6	21
	ESPERADO	3,5	8,5	9	
	%	14,3	57,1	28,6	
REFORMADO	OBSERVADO	4	2	1	7
	ESPERADO	1,2	2,8	3	
	%	57,1	28,6	14,3	
A EXERCER ATIVIDADE PROFISSIONAL	OBSERVADO	10	26	37	73
	ESPERADO	12,1	29	31,4	
	%	13,7	35,6	50,7	
TOTAL	OBSERVADO	20	49	52	121

<sup>51</sup> Pearson Chi-Square = 15,49 e Sig = 0,05

<sup>52</sup> Estes valores foram obtidos utilizando programa SPSS através de uma tabela cruzada (entre as duas variáveis).

---

ESPERADO				
%	16,5	40,5	43	100

---

Observando os grupos de maior expressividade, estudantes, desempregados e a exercer atividade profissional, observamos que no caso dos estudantes não houve grande diferença entre os valores esperados e os valores observados; já no caso dos desempregados há uma discrepância considerável entre os valores esperados e observados, que se traduz numa tendência para o grupo dos Moderados: 12 observados para 8,5 esperados. Nos inquiridos a exercer atividade profissional, há uma tendência para os Interessados (com opinião mais favorável em relação ao turismo judaico): 37 casos observados para 31,4 esperados. Apesar dos inquiridos reformados ser pequeno demais para tirar ilações, este grupo é o que apresenta maior valor proporcional no grupo dos Céticos.

## 6. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

*Nada há como começar para ver como é árduo concluir.*

*Victor Hugo*

### INTRODUÇÃO

O segundo, terceiro e quarto capítulos da presente dissertação expuseram o quadro teórico conceptual e metodológico, tal como o enquadramento do tema no tempo e no espaço. Tendo em consideração a revisão bibliográfica efetuada, foi elaborado e aplicado um inquérito por questionário à população, do qual se apresentam os resultados no quinto capítulo. Terminada a apresentação, análise e interpretação dos mesmos, e atendendo aos objetivos e questões propostas no início desta investigação, importa tecer um conjunto de considerações finais.

Assim, neste capítulo apresentar-se-ão as conclusões da dissertação quanto às perceções da amostra estudada e também a partir dos resultados da investigação empírica, tal como recomendações para o planeamento e gestão turismo judaico em Belmonte. Serão igualmente expostas as suas contribuições, limitações e algumas pistas para futuras investigações.

### 6.1. CONCLUSÕES DA INVESTIGAÇÃO

#### 6.1.1. QUANTO AOS OBJETIVOS E QUESTÕES QUE ORIENTARAM A INVESTIGAÇÃO

Considera-se que os objetivos gerais desta investigação foram cumpridos: foi realizado um levantamento da presença judaica em Belmonte, concluindo-se que esta é muito forte devido a circunstâncias históricas e que a presença dos judeus em Belmonte tem sido constante desde final do século XII até à atualidade. Por essa razão, compreende-se que o património judaico em Belmonte seja relevante, nomeadamente a judiaria, a sinagoga, o museu judaico, etc., o que proporciona à vila ter uma oferta turística em grande parte suportada pela presença judaica.

Analisou-se e interpretou-se a opinião e perceção dos residentes em relação ao turismo local, nomeadamente no que toca ao turismo judaico, que expor-se-á a seguir, tal como a perceção do envolvimento comunitário na oferta turística.

Também se considera terem-se obtido respostas quanto às questões que orientaram a investigação.

Na primeira questão – Será que a opinião dos residentes em relação ao turismo em geral e ao turismo judaico em particular, difere consoante as características sociodemográfica, o grau de envolvimento no sector do turismo (incluindo o usufruto de dividendos) e o facto de ser ou não ser da religião judaica? – e cruzando as variáveis sociodemográficas com a média das afirmações do turismo em geral e do turismo judaico, verificou-se que em relação à variável sexo não há significância, em nenhum tipo de turismo, o que significa que as médias não variam muito em cada item conforme o sexo: homens e mulheres têm médias parecidas dentro de cada item. O mesmo acontece com o envolvimento no sector do turismo e na relação com o judaísmo, variáveis que não influem nas médias. A média do turismo em geral não é afetada por nenhuma das variáveis. Em relação ao turismo judaico há duas variáveis em que se estabelece relação: a idade, cuja relação é negativa, ou seja, há medida que a idade sobe, a resposta tende a ter médias mais baixas; e a dependência de rendimentos do turismo, como se pode verificar na significância; neste caso, à medida que há maior dependência de rendimentos do turismo, a média geral das afirmações relativas ao turismo, sobe.

Na segunda questão – Quais são as perceções dos impactes mais positivos e negativos do turismo em geral e turismo judaico de Belmonte mais reconhecidos pelos residentes? – apurou-se que, em relação ao turismo em geral, as afirmações que o turismo ajuda a preservar o património em Belmonte e que não é fonte de problemas sociais foram os impactos do turismo com mais concordância por parte dos inquiridos, seguindo-se das afirmações que o turismo ajuda a preservar a cultura, não perturba a vida dos residentes, não provoca o aumento da criminalidade, não prejudica a natureza e não provoca aumento de poluição.

Relativamente às questões de que o turismo permite criar emprego para os residentes e que ajuda a melhorar a vida da população, as suas médias situam-se em média no ponto da indecisão. As duas afirmações com média negativa foi a de que os residentes têm mais

dinheiro em relação ao turismo e a de que a população participa na tomada de decisões relativas ao turismo.

Da bateria de afirmações sobre o turismo judaico, as três afirmações com maior média (superior a 4), logo as com mais concordância por parte dos inquiridos foram que o turismo judaico não perturba a vida dos residentes, o turismo judaico não é pior que outro tipo de turismo e o turismo judaico engrandece o nome de Belmonte.

As afirmações de que o turismo judaico beneficia os negócios e o comércio de Belmonte e que permite criar emprego para os residentes, têm médias que se situam na indecisão. A única média negativa é a referente à afirmação de que os residentes têm mais dinheiro devido ao turismo judaico.

Em relação à terceira questão – Será que há diferenças consideráveis entre os seis itens em comum sobre o turismo em geral e o turismo judaico? – constatou-se que, de um modo geral não há grandes diferenças entre estes seis itens em comum. As médias são muito similares, apesar de serem ligeiramente mais baixas no caso do turismo judaico, à exceção do item “Não perturba a vida dos residentes de Belmonte”, e do item “Os residentes do concelho de Belmonte têm mais dinheiro”. Conclui-se que, os residentes de Belmonte têm uma opinião muito similar sobre os impactos do turismo judaico e o do turismo em geral, por exemplo, quando atribuíam valores elevados da escala de Likert às afirmações de turismo em geral, atribuíam também valores elevados ao turismo judaico.

Relacionando as médias gerais dos seis itens com algumas variáveis, chega-se à conclusão que a idade tem uma relação direta com ambos os casos, e que essa relação é negativa, ou seja há medida que a idade dos inquiridos sobe, a média dos seis itens em cada caso, sobe. No turismo judaico ainda é mais forte como se pode verificar pelo valor da significância mais baixo.

O sexo e o envolvimento com o setor do turismo não têm relação com estas variáveis. Já na dependência de rendimentos do turismo e o facto de se ser ou não judeu, verifica-se uma relação apenas na variável que forma a média dos seis itens relativos ao turismo em geral. No caso da dependência dos rendimentos do turismo, a média dos seis itens do turismo em geral sobe, à medida que os inquiridos mantêm uma maior dependência dos rendimentos

do turismo, no caso da relação com o judaísmo, a média dos seis itens sobre o turismo em geral desce bastante quando os inquiridos são judeus.

Na quarta questão – Será possível identificar grupos homogéneos de residentes com base nas suas perceções dos impactes do turismo em geral e do turismo judaico? – foram encontrados três grupos distintos através de uma análise de *Cluster*. Uma vez que nenhum desses grupos apresentava média negativas (desfavoráveis) em relação ao turismo judaico, atribuiu-se os nomes de Céticos, Moderados e Interessados.

Não há qualquer relação entre os *clusters* e a dimensão do agregado familiar e o número de anos a residir no concelho. No caso da idade, essa relação tem alguma significância: há uma relação inversa entre as médias da idade e o grau de interesse pelo turismo judaico.

As variáveis sexo, naturalidade, habilitações literárias, envolvimento no sector do turismo, dependência dos rendimentos e relação com o Judaísmo também não tem relação com os *clusters*. No entanto a situação profissional estabelece uma relação significativa: no caso dos desempregados há uma discrepância considerável entre os valores esperados e observados, que se traduz numa tendência para o grupo dos Moderados; nos inquiridos a exercer atividade profissional, há uma tendência para os Interessados (com opinião mais favorável em relação ao turismo judaico); os inquiridos reformados é o que apresenta maior valor proporcional no grupo dos Céticos.

A quinta e última questão – Será que os residentes de Belmonte assumem identitariamente o turismo judaico como uma singularidade positiva e que proporciona vantagens à sua comunidade? – foi mais difícil de responder analisando apenas os números, no entanto encontrou-se algumas questões no questionário que podem de algum modo avaliar se os residentes assumem o turismo judaico como uma singularidade positiva e que pode proporcionar vantagens:

Sobre o que o turismo judaico representa atualmente para Belmonte, não houve nenhum único inquirido a responder a opção “É uma atividade sem expressão para Belmonte” e a maioria (61,98 %) optou pela afirmação “É uma atividade importante para Belmonte”.

Sobre o que sentiam em relação à frase “Belmonte, terra de judeus”, avaliada numa escala de Likert de 5 pontos a média é de 2,89, situando-se num patamar de indiferença.

É relevante à partida o facto de a grande maioria dos inquiridos (87,32%) responder expressamente não encontrar qualquer inconveniente na prática do turismo judaico em Belmonte.

Em relação às vantagens do turismo judaico apontadas pelos inquiridos também se pode tirar algumas conclusões: 27,5% encontram na notoriedade a principal vantagem e 23,75% considera que o turismo judaico traz mais turistas a Belmonte. Mas é em algumas frases dos inquiridos (uma vez que esta questão é aberta) que se encontram algumas respostas em relação a esta ultima questão levantada pela investigação:

### *6.1.2. CONSIDERAÇÕES FINAIS*

Tendo em consideração os conceitos que foram utilizados ao longo deste trabalho, conclui-se que para a subsistência de um turismo integrado, sustentado e com autenticidade, é fundamental um envolvimento comunitário.

É necessário atender as populações locais e deixar que estas façam parte das tomadas de decisão de políticas que decidem o rumo do turismo das suas próprias localidades. Segundo Araújo de Almeida (2010, p. 48):

In a world where differences are valued, it will be up to the communities to bring together the best position to undertake and promote its natural and cultural values. It's up to the communities to gather natural conditions to transmit the essential concept of authenticity of their offer.

Segundo Moniz (2006), o estudo das perceções dos impactos do turismo numa comunidade ao nível ambiental, económico e sociocultural e das prioridades que lhe são atribuídas ao papel do turismo, afigura-se fundamental para o desenvolvimento sustentável da atividade turística, sendo essencial envolver todos os grupos interessados no processo de desenvolvimento do setor.

Este estudo revelou que os residentes reconhecem carências de infraestruturas de retenção de turistas em Belmonte, como oferta recreativa e estruturas que fixem mais tempo os turistas.

As médias dos impactos relacionados com o aumento de poluição e prejuízos com a natureza indiciam que a atividade turística não há ameaça à sustentabilidade ambiental, pelo menos percebida pelos residentes, o mesmo acontecendo com os impactos sociais como fonte de contestação, aumento de criminalidade ou alterações negativas no comportamento dos jovens. Tanto no turismo em geral como no turismo judaico, os inquiridos concordaram que a atividade turística não perturba a vida dos residentes e ajuda a preservar o património e a cultura de Belmonte.

A percentagem de respostas positivas na avaliação dos impactos do turismo judaico, revela que a maioria da população se sente envolvida neste tipo de turismo, nomeadamente os inquiridos de faixas etárias mais baixas, o que se considera ser um indicador muito interessante e positivo porque presume uma boa aceitação por parte de gerações futuras. De realçar que os residentes consideram o património judaico a segunda atração turística mais importante de Belmonte, no ponto de vista do turista, o que significa que a comunidade atribui valor a esse património.

## 6.2. RECOMENDAÇÕES PARA O PLANEAMENTO E GESTÃO DO TURISMO JUDAICO EM BELMONTE

A presente dissertação permite tirar algumas conclusões a partir dos resultados da investigação empírica, destacando algumas recomendações para a atuação no destino em relação ao segmento de turismo estudado, tendo em consideração um desenvolvimento sustentado do mesmo e o envolvimento da população.

Não deixa de ser relevante o facto do impacto do turismo com média mais baixa ter sido a afirmação de que a população participa na tomada de decisões relativas ao turismo, o que significa que os inquiridos não se sentem a participar nas decisões relativas a este sector. Por outro lado, na questão aberta das sugestões, 36% dos inquiridos apresentaram críticas ao planeamento e gestão do turismo, o que significa que não estão satisfeitos quanto ao rumo deste sector de atividade económica.

É fundamental que os destinos tenham a capacidade de implementar e melhorar as suas performances ao nível da capacidade de retenção turística. Seria essencial nesta perspetiva a construção do hotel Kosher, tal como está previsto. Essa infraestrutura, para além de vir a

dotar o destino de mais camas, facto fundamental para a transformação de visitantes em turistas, iria também demarcar e diferenciar Belmonte no âmbito deste segmento.

Recomenda-se às autoridades regionais e locais que estabeleçam um compromisso perante as questões de sustentabilidade e de envolvimento da população nos processos de planeamento e de tomada de decisão sobre a atividade turística.

Sugere-se que se introduzam critérios de sustentabilidade no planeamento e gestão do turismo, bem como mecanismos para o desenvolvimento de ações de sensibilização e de informação sobre o que está a ser feito e o que se pretende fazer. É importante proporcionar uma tomada de consciência coletiva de tais vantagens locais, sejam diretas ou indiretas, tal como fomentar o apoio à investigação de modo a obter-se mais informações que possam contribuir para um desejado envolvimento comunitário.

Belmonte possui fatores de diferenciação da oferta turística no nicho de mercado do turismo judaico, uma vez que possui um património judaico único, uma comunidade ativa e uma herança cultural judaica incontornável. Por outro lado, existe uma vontade das autoridades locais em posicionar o destino nesse segmento e começa a haver também iniciativas privadas que apontam para esse caminho, designadamente lojas de produtos judaicos. O facto de ser um tipo de turismo que não afronta critérios de sustentabilidade, pelo contrário, é mais um fator para se concluir que este tipo de produto poderá trazer vantagens à comunidade.

### 6.3. CONTRIBUIÇÕES, LIMITAÇÕES E PISTAS PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES

As informações obtidas por este tipo de estudos podem constituir um estímulo para a adoção de práticas de sustentabilidade do turismo, tal como ajudar as entidades regionais e locais a traçar caminhos e metas para o planeamento, gestão e marketing enquanto destino turístico.

Neste caso específico, considera-se que existe impacto e interesse no tema por não haver muitos estudos no âmbito desta temática, mostrando assim alguma singularidade. Por outro lado, o turismo é abordado num contexto de sustentabilidade e enquanto atividade passível de integrar os seus atores numa lógica de emancipação coletiva das comunidades em que se insere. De realçar, é também a oportunidade do tema: o turismo judaico de Belmonte é

um elemento diferenciador, um fragmento de diversidade concentrada entre outros que Portugal tem para oferecer.

As limitações deste trabalho decorrem essencialmente de restrições de recursos financeiros impostas a investigações com este carácter, agravado pelo facto de a investigadora viver a quase 300 km de Belmonte. Estas limitações afetaram principalmente o número de questionários conseguido. Igualmente limitante foi a pouca bibliografia sobre o turismo judaico disponível.

Uma outra nota é que se deveria ter incluído no questionário, na questão 3 (atrações turísticas) um item apenas para os museus, uma vez que o conjunto dos museus forma uma atração, facto que não foi devidamente avaliado na elaboração do questionário.

Como qualquer estudo, também este suscita pistas para futuras investigações, nomeadamente no âmbito da procura turística de Belmonte. Seria importante conhecer o perfil e as motivações destes turistas e em que medida as atrações judaicas são a principal motivação para a sua deslocação a Belmonte; no fundo, avaliar o peso que o turismo judaico tem como fator de atração dentro deste destino.

Considera-se também pertinente um estudo à perceção do turismo judaico pelos stakeholders do turismo de Belmonte, nomeadamente à comunidade local, ao sector público e privado (empresários com negócios diretamente ligados ao turismo) e turistas, comparando os resultados entre grupos.

Resta por fim dizer que a investigadora se envolveu intensamente neste trabalho, que se espera ser de alguma utilidade, em particular para a comunidade de Belmonte.

## BIBLIOGRAFIA

- Amirou, R. (2007). *Imaginário e Sociabilidades de Viagem*. Porto: Estratégias Criativas.
- Araújo de Almeida, A. S. (2007). A competição inter-comunitária como factor de diferenciação da oferta turística. *Congresso Internacional de Turismo Leiria e Oeste*, (pp. 1-12). Peniche.
- Araújo de Almeida, A. S. (2010). The inter-community competition as a factor for sustainability and differentiation of tourism product - The case of National Park of Peneda Gerês. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation - Vol. 1, Issue 1*, 39-50.
- Attias, J.-C., & Benbassa, E. (1997). *Dicionário da Civilização Judaica*. Larousse.
- Barreto, M. (2001). *Turismo e Legado Cultural*. São Paulo: Papirus.
- Batista, C. M. (2005). Memória e Identidade: Aspectos relevantes para o Turismo Cultural. *Caderno Virtual de Turismo, vol. 5, núm. 3, Universidade Federal do Rio de Janeiro*, pp. 27-33.
- Benbassa, E., & Rodrigue, A. (2000). *História dos Sefarditas - De Toledo a Salónica*. Lisboa: Instituto Piaget.
- C.M. Belmonte. (2012). *Museu Judaico de Belmonte*. Obtido em Janeiro de 2012, de Município de Belmonte: <http://www.cm-belmonte.pt/Museujudaico/museujudaco.html>
- Carver, R. H., & Nash, J. G. (2009). *Doing data analysis with SPSS version 16*. Belmont, United States of America: Cengage.
- CIL. (2012). *Turismo*. Obtido em Julho de 2012, de Comunidade Israelita de Lisboa: [http://www.cilisboa.org/tour\\_contacts.htm](http://www.cilisboa.org/tour_contacts.htm)
- Cosmelli, J. M. (1997). *Teoria da atractividade turística*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- D.R. (8 de Setembro de 2001). Lei do Património Cultural: Lei n.º 107/2001 de 8 de Setembro. *Diário da República*, pp. 5808-5829.
- Expresso. (s.d.). Obtido de <http://expresso.sapo.pt/turismo-belmonte-ambiciona-ter-hotel-kosher-para-15-mil-visitantes-anuais-do-patrimonio-judeu=f627786#ixzz21767vWI6>
- Ferreira, Â. M. (2003). Turismo e Sustentabilidade. In C. Martins, *Turismo, Cultura e Identidade* (pp. 1-12). São Paulo: Roca.
- Halbwachs, M. (1997). *La mémoire collective*. Nouvelle édition revue et augmentée: Éditions Albin Michel.
- Henriques, C. (2003). *Turismo, Cidade e Cultura Planeamento e Gestão Sustentável*. Lisboa: Sílabo.

- Honório, E., & Barros, M. (2003). Turismo, Cultura e identidade. In C. Martins, *Turismo, Cultura e Identidade* (pp. 154-158). São Paulo: Roca.
- INE. (2011). *Censos 2011 - Resultados Provisórios*. Obtido em Janeiro de 2012, de Instituto Nacional de Estatística:  
[http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=ine\\_censos\\_publicacao\\_det&contexto=pu&PUBLICACOESpub\\_boui=122073978&PUBLICACOESmodo=2&selTab=tab1&pcensos=61969554](http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=ine_censos_publicacao_det&contexto=pu&PUBLICACOESpub_boui=122073978&PUBLICACOESmodo=2&selTab=tab1&pcensos=61969554)
- INE I.P. (Edição de 2011). *Classificação Portuguesa das Profissões 2010*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística I.P.
- Kamen, H. (1988). *The Mediterranean and the Expulsion of Spanish Jewes in 1492, Past and Present*. Oxford University Press.
- Lindon et al, D. L. (2010). *Mercator XXI*. Lisboa: Dom Quixote.
- Macena, L. (2003). Festas, Danças e Folguedos: Elementos de Identidade Local, Património Imaterial do nosso Povo. In C. Martins, *Turismo, Cultura e Identidade* (pp. 64-76). São Paulo: Roca.
- Marques, M. (2001). *Concelho de Belmonte - Memória e História*. Belmonte: Paleta Gráfica - Edição da Câmara Municipal de Belmonte.
- Martins, C. (2003). Identidade: Percepção e Contexto. In C. Martins, *Turismo, Cultura e Identidade* (pp. 39-48). São Paulo: Roca.
- Mateus, S. B., & Pinto, P. M. (2007). *Lisboa, 19 de abril de 1506 - O Massacre dos Judeus*. Lisboa: Alâtheia.
- Moniz, A. I. (2006). *A Sustentabilidade do turismo em ilhas de pequena dimensão: O caso dos Açores*. Ponta Delgada: Doutoramento em Ciências Económicas e Empresariais, Universidade dos Açores.
- Mucznik, L. L., Tavim, J. A., Mucznik, E., & Mea, E. d. (2009). *Dicionário do Judaísmo português*. Lisboa: Editorial Presença.
- Neves, B. A. (2003). Património Cultural e Identidades. In C. Martins, *Turismo, Cultura e Identidade* (pp. 49-61). São Paulo: Roca.
- Nogueira, C. (2005). *Belmonte - Roteiro do Concelho*. Belmonte: Câmara Municipal de Belmonte.
- Oliveira, E. S. (2008). *Impactos Socio-ambientais e Económicos do Turismo e suas Repercussões no Desenvolvimento Local: O caso de Itacaré – Bahia*. Ilhéus - Bahia: Universidade Estadual de Santa Cruz / Universidade Federal da Bahia.
- Paulo, A. (1985). *Os Judeus Secretos em Portugal*. Labirinto.
- PENT, M. d. (2007). *PENT - Plano Estratégico Nacional do Turismo*. Lisboa: Turismo de Portugal.

PENT, M. d. (2011). *PENT - Propostas para Revisão no Horizonte 2015*. Lisboa: Turismo de Portugal.

Pérez, X. P. (2009). *Turismo Cultural - Uma Visão Antropológica*. Tenerife: Pasos.

RJD. (2011). Obtido em 18 de Novembro de 2011, de Rede de Judiarias de Portugal: <http://www.redejudiariasportugal.com/>

Roca, Z., & Mourão, J. C. (2001). Identidade Local, Globalização e Desenvolvimento Rural: à Procura de Verificação Empírica. *I Congresso de Estudos Rurais - Mundo Rural e Património*. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

Schlüter, R. (2003). *Gastronomia e Turismo*. São Paulo: Aleph.

Silva, D. T. (2009). *O Museu como Atracção Turística*. Obtido em 2 de Abril de 2011, de FAMA - Catalogo da Biblioteca da Universidade de Sevilha: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/ultimos/museu%20como%20atractivo%20turistico.pdf>

Silva, M. (2008). *Retorno ao Judaísmo no Nordeste Brasileiro: o Caso dos Marranos Potiguares*. São Paulo: Simpósio da Associação Brasileira da História das Migrações.

Stylianou-Lambert. (2010). Gazing from Home: Cultural Tourism and Art Museuns. *Annals of Tourism Research* , pp. 403-421.

Tavares, M. J. (1995). *os Judeus na Época dos Descobrimentos*. Elo.

UNESCO. (17 de Outubro de 2003). *Convention For The Safeguarding of Intangible Cultural Heritage*. Obtido em 15 de Novembro de 2011, de UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540e.pdf>

Urry, J. (2007). *O Olhar do Turista*. São paulo: SESC.

Valente, J. (9 de Novembro de 2011). *Em Defesa do Bairro Medieval do Sabugal* . Obtido em Janeiro de 2012, de Capeia Raiana: <http://capeiaarraiana.wordpress.com/2011/11/09/50985/>

Vallbona & Costa. (2003). *Património Cultural*. Madrid: Sintesis.



## APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO



*Este inquérito insere-se no âmbito de uma dissertação de Mestrado de Marketing e Promoção Turística do Instituto Politécnico de Leiria.*

*O objectivo é avaliar as percepções dos residentes do concelho de Belmonte em relação ao turismo judaico aqui praticado.*

*Os questionários são confidenciais e os dados servirão apenas para efeitos estatísticos.*

*A sua participação é muito importante!*

**1. De que modo está envolvido no sector do turismo?**

- Trabalha no sector do turismo ou noutro sector que tenha contacto directo com turistas
- Tem um membro do agregado familiar que trabalha no sector do turismo ou noutro sector que tenha contacto directo com turistas
- Não tem qualquer tipo de envolvimento com o sector do turismo

**2. Em que medida os rendimentos do seu agregado familiar dependem do turismo?**

- Nada
- Pouco
- Em parte
- Muito
- Totalmente

**3. Que importância atribui às atracções turísticas do concelho de Belmonte? (imagina-se como turista)**

	Nada importante	Pouco importante	Neutro	Importante	Muito importante
Torre de Centum Cellas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Castelo de Belmonte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Património Judaico (museu, sinagoga, judiaria)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gastronomia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Natureza e Paisagem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proximidade da Serra da Estrela	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**4. Classifique as seguintes afirmações sobre o turismo (todo o tipo de turismo em geral):**

(sendo 1 – Discordo totalmente, 2 – Discordo, 3 – Estou indeciso(a), 4 – Concordo e 5 – Concordo totalmente)

	1	2	3	4	5
1) O turismo ajuda a preservar a cultura do concelho de Belmonte					
2) O turismo ajuda a preservar o património do concelho de Belmonte					
3) O turismo permite criar emprego para os residentes do concelho de Belmonte					
4) O turismo beneficia os negócios e o comércio do concelho de Belmonte					
5) O turismo não perturba a vida dos residentes do concelho de Belmonte					
6) O turismo não é fonte de problemas sociais, como droga, alcoolismo, etc. em Belmonte					
7) O turismo não tem provocado o aumento de poluição no concelho de Belmonte					
8) O turismo não tem provocado a subida de preços de bens e casas no concelho de Belmonte					
9) Os residentes do concelho de Belmonte têm mais dinheiro devido ao turismo					
10) A população de Belmonte participa na tomada de decisões relativamente ao rumo do turismo					
11) O turismo não tem provocado alterações negativas no comportamento dos jovens					
12) O turismo contribui para a qualidade das infra-estruturas e equipamentos de Belmonte					
13) O turismo não tem provocado estragos no património de Belmonte					
14) O turismo não tem provocado o aumento da criminalidade no concelho de Belmonte					
15) As empresas e negócios de turismo estão nas mãos da população de Belmonte					
16) O turismo ajuda a melhorar a vida da população do concelho de Belmonte					
17) O turismo não tem prejudicado a natureza do concelho de Belmonte					

**5. Selecciona uma das cinco afirmações sobre o que turismo judaico representa atualmente para Belmonte:**

- É uma atividade sem expressão para Belmonte  
 É uma atividade pouco importante para Belmonte  
 É uma atividade com alguma importância para Belmonte  
 É uma atividade importante para Belmonte  
 É uma atividade decisiva para Belmonte

**6. O que sente em relação à frase “Belmonte, terra de Judeus”?**

- Não gosto nada  
 Não gosto  
 É-me indiferente  
 Gosto  
 Gosto muito

**7. Classifique as seguintes afirmações sobre o turismo judaico:**

(sendo 1 – Discordo totalmente, 2 – Discordo, 3 – Estou indeciso(a), 4 – Concordo e 5 – Concordo totalmente)

	1	2	3	4	5
1) O turismo judaico traz vantagens ao concelho de Belmonte					
2) O turismo judaico não é pior que outro tipo de turismo					
3) O turismo judaico engrandece o nome de Belmonte					
4) O turismo judaico ajuda a preservar a cultura do concelho de Belmonte					
5) O turismo judaico ajuda a preservar o património do concelho de Belmonte					
6) O turismo judaico permite criar emprego para os residentes do concelho de Belmonte					
7) O turismo judaico beneficia os negócios e o comércio do concelho de Belmonte					
8) O turismo judaico não perturba a vida dos residentes de Belmonte					
9) Os residentes do concelho de Belmonte têm mais dinheiro devido ao turismo judaico					

**8. Na sua opinião, qual é a principal vantagem do turismo judaico para Belmonte?**


---



---

**9. Na sua opinião, qual é o principal inconveniente do turismo judaico para Belmonte?**


---



---

**10. Tem alguma sugestão relativa ao turismo de Belmonte, que queira apresentar?**


---



---

**11. Sexo:**

- Feminino     Masculino

**12. Idade:** \_\_\_\_\_ anos

**13. É natural do concelho de Belmonte?**

- Sim  
 Não. Há quantos anos reside no concelho de Belmonte? \_\_\_\_\_ anos

**14. Estado Civil:**

- Solteiro(a)  
 Casado(a) ou com companheiro(a)  
 Separado(a) ou divorciado(a)  
 Viúvo(a)

**15. Habilitações literárias:**


---

**16. Qual a sua situação Profissional:**

- Doméstico(a)  
 Estudante  
 Desempregado(a)  
 Reformado(a)  
 A exercer atividade profissional.

Qual? \_\_\_\_\_

**17. Número de pessoas do agregado familiar:** \_\_\_\_\_

**18. Qual a sua situação face ao Judaísmo:**

- Judeu/Judia  
 Origem judaica  
 Sem relação ao Judaísmo

*Muito Obrigado pelo seu contributo!*

## APÊNDICE 2 – FOTOGRAFIAS



Fotografia 1 – Entrada do Museu Judaico de Belmonte



Fotografia 2 - Loja Kosher "Mazal Tov", em Belmonte



Fotografia 3 - Vista parcial da Judiaria de Belmonte



Fotografia 4 – Enquadramento da Sinagoga de Belmonte



Fotografia 5 - Fachada da Sinagoga de Belmonte



Fotografia 6 - Menorah junto à Sinagoga de Belmonte

