

# "Contributos para a Assumpção Identitária do Património Judaico em Portugal - O caso de Belmonte"

Ana Paula Sousinha Malheiros  
António Sérgio Araújo de Almeida

## **RESUMO**

Tendo como ponto de partida a forte presença judaica em Belmonte, Portugal, pretendeu-se avaliar de que modo os habitantes 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 assente na assumpção identitária local. Através de informações fornecidas por um inquérito por questionário, foram analisadas e avaliadas as percepções dos residentes do concelho de Belmonte face ao turismo em geral e ao turismo judaico em particular, dando especial atenção, por motivos estruturantes a observar no futuro, aos contributos da juventude para a assumpção identitária desse mesmo património.

**PALAVRAS-CHAVE:** Património de Belmonte, Presença Judaica, Assunção Identitária, Turismo Integrado; Juventude.

## **ABSTRACT**

Taking as reference the strong Jewish presence in Belmonte, Portugal, it was intended to assess how this local community assumes and identifies herself with Jewish tourism, diagnosing local contributions and local constraints to the development of an integrated tourism services offer based on identity assumption.

Through information provided by a questionnaire, we analyzed and evaluated the Belmonte residents perceptions of, on the one hand, facing tourism in general and on the other hand observing Jewish tourism in particular. A special attention was given to the main guide lines to be observed in future in order to structure contributions of youth to get a local identity assumption.

**KEY WORDS:** Belmonte Heritage, Jewish Presence, Identity Assumption, Integrated Tourism, Youth.

## **INTRODUÇÃO**

O presente artigo é a materialização de um estudo que 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, aplicou-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 e na convicção de que o envolvimento da população autóctone é fundamental para a diferenciação do destino, sendo essencial que a comunidade o interprete como factor da sua própria emancipação.

O turismo judaico de Belmonte é um fragmento da diversidade concentrada que em Portugal está sustentada, designadamente no PENT – Plano Estratégico Nacional de Turismo. Belmonte, pelas suas características singulares, assume-se como um caso de estudo no âmbito desta temática.

Por outro lado, a interdependência dos conceitos turismo integrado (envolvendo estrategicamente os diversos actores do Destino Turístico) e turismo sustentado, têm vindo a suscitar um interesse crescente, o que se tem vindo a consolidar a nível científico com abordagens sistemáticas no âmbito das sustentabilidades cultural, social, económica, espacial e ambiental/ecológica.

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)<sup>1</sup>. 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 Assumpção Identitária.

---

<sup>1</sup> 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.

Tendo como ponto de partida a forte presença judaica em Belmonte, o presente artigo 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 na localidade, evidenciando os resultados relativos ao envolvimento da juventude de Belmonte.

## 1. ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL

### 1.1. PATRIMÓNIO E TURISMO CULTURAL

Património é tudo o que, dentro de uma comunidade, respeita a pessoas, origens e história, 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 (Macena, 2003). O património cultural intangível faz parte de uma esfera não material (tal como os usos, costumes, tradições, artes), que pode ser também um pretexto de assunção identitária por via das práticas, materializando uma apropriação simbólica da realidade<sup>2</sup>.

O património cultural tem cada vez mais uma relação estreita com o turismo<sup>3</sup>; deste enlace nasce o conceito de Turismo Cultural; este é recente e continua a ser objeto de estudo de vários autores, no entanto pode definir-se como o segmento do Turismo que foca a cultura, especialmente a arte<sup>4</sup>.

Para qualquer acção de âmbito turístico, é fundamental envolver em primeiro lugar, a população local e a sua identidade, sob pena de se comprometer o genuíno que muitos turistas, e em especial os turistas culturais privilegiam. Mais ainda, o turismo com alicerce no legado cultural permite que a comunidade se engaje no processo de recuperação de

---

<sup>2</sup> A 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)

<sup>3</sup> Neves (2003, p. 58) aponta uma razão para esta relação: *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.*

<sup>4</sup> 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).

memória coletiva, de reconstrução da história e que muitos dos membros adquiram, pela primeira vez, consciência do papel que a sua cidade representou em determinado cenário e em determinada época (Barreto, 2001).

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).

## 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, todo o grupo necessita de uma cultura que o sustente para poder existir e manter o sentido de pertença entre os seus membros (Martins, 2003).

A identidade – que se relaciona com a memória coletiva e exterior ao grupo – envolve muitas referências de ordem individual e preserva de forma peculiar os factos da sociedade. 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 aspecto 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). A identidade cultural e a memória reforçam-se mutuamente, a sua ligação é tão profunda que o imaginário histórico-cultural se alimenta dos dois conceitos para se autossustentar e se reconhecer como expressão particular de um determinado povo (Batista, 2005).

O turismo em larga medida é construído por uma selectividade que pressupõe memória e a identidade. No turismo de memória, 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 colectiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e 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<sup>5</sup>, 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.

### 1.3. ASSUMPÇÃO IDENTITÁRIA LOCAL – IDENTIDADE LOCAL, AUTENTICIDADE E ASSUMPÇÃO IDENTITÁRIA

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<sup>6</sup>. É neste contexto que surgem outros conceitos fundamentais para esta temática: a autenticidade e a assumpção identitária.

Dada a importância atribuída a conceitos como genuíno, único e irrepitível, as especificidades de cada local ou região são uma ferramenta diferenciadora incontornável, pelo que, as comunidades locais vivem uma oportunidade única de afirmação identitária, dado que, são elas em primeira instância que estão em condições de apresentar um conceito essencial à atractividade do destino turístico: a autenticidade.

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). A

---

<sup>5</sup> Na tradição hebraica, a palavra-chave para designar os acontecimentos é *Zachor* (lembra-te), que tem um sentido diferente da palavra “história; longe da terra de Israel, o povo judeu desenvolveu um sentido muito forte da memória colectiva (Luzzati & Rocca, 2007).

<sup>6</sup> 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. Afirmer a identidade local assume-se cada vez mais como um trunfo, um eixo forte nas políticas de desenvolvimento local e regional (Roca & Mourão, 2001)

primeira preocupação que desafia os profissionais de turismo é como pensar a relação turismo e identidade local numa perspectiva de desenvolvimento equilibrado compreendendo a interação da cultura com o processo de desenvolvimento económico (Honório & Barros, 2003).

A actividade 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. Desenvolver um projeto de turismo autossustentável é essencial, tanto a nível ético como do ponto de vista comercial, uma vez que é a população local que participa directamente da recepção 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).

É da própria comunidade que deve surgir a decisão do que deve ser preservado dentro dos seus produtos culturais (Neves, 2003)<sup>7</sup>, 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).

#### 1.4. OFERTA TURÍSTICA INTEGRADA – TURISMO INTEGRADO E SUSTENTADO, ATRACTIVIDADE ENDÓGENA E BENEFÍCIOS E CONSTRANGIMENTOS DO TURISMO

A oferta turística<sup>8</sup> é determinante para a existência da atividade turística uma vez que a relação oferta/procura funciona no turismo como em qualquer outra atividade económica. 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

---

<sup>7</sup> 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.

<sup>8</sup> Conjunto de elementos que contribuem para a satisfação das necessidades da procura, os turistas, que estão na origem das suas motivações (Henriques, 2003)

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<sup>9</sup>. É inaceitável pensar em turismo sustentável sem uma organização, preparação e estrutura para promover as populações autóctones dos lugares e as suas artes (Macena, 2003)<sup>10</sup>.

A atractividade 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). A atratividade endógena é 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. Novas formas de turismo indicam factores de peso importantes na atractividade turística, como a identidade cultural da região (que a diferencia de outras que têm igualmente os atractivos habitualmente indicados como motivações para a procura de um destino) e a preservação do património e do ambiente; factores estes que impressionam positiva ou negativamente os turistas, influenciando a procura. (Cosmelli, 1997) Neste sentido, a actividade turística não pode ser planeada sem envolver os locais e sem estes compreenderem as vantagens de determinadas ações e políticas, até porque “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” (Araújo de Almeida, 2007).

---

<sup>9</sup> 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.

<sup>10</sup> 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, planejar 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)

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 (Neves, 2003). É inegável que o maior benefício directo 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 actividade turística, se sentir que a comunidade e o próprio lugar lucram com a mesma (Araújo de Almeida, 2010).

## 2. PRESENÇA JUDAICA EM BELMONTE

### 2.1. BELMONTE E O JUDAÍSMO

O concelho de Belmonte<sup>11</sup>, cuja área total é de 133,24 Km<sup>2</sup>, situa-se na Beira Baixa, no extremo norte do distrito de Castelo Branco (Nogueira, 2005), inserindo-se na região da Cova da Beira, da qual fazem também parte, os concelhos da Covilhã e do Fundão.

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>12</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).

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.

Para compreender a relação actual de Belmonte com os judeus e com 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

<sup>11</sup> É constituído por cinco freguesias: Belmonte, Caria, Colmeal da Torre, Inguias e Maçainhas.

<sup>12</sup> Belmonte é conhecida por ser a terra natal do descobridor do Brasil, Pedro Álvares Cabral.

mítica ideia de *Sefarad*<sup>13</sup>, ao longo de séculos 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>14</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>15</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)<sup>16</sup>.

A relativa paz com que os judeus viveram no final do século XV, não iria durar muito, D. João II morreu em 1495, sem descendência e subiu ao trono D. Manuel, seu cunhado, que cobiçando reunir as duas coroas, Espanha e Portugal, procurou contrair matrimónio com D.

<sup>13</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).

<sup>14</sup> Sefarditas são os judeus da Península Ibérica, que na língua hebraica medieval era designada por *Sefarad* (Attias & Benbassa, 1997).

<sup>15</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.

<sup>16</sup> 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).

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 60000 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)<sup>17</sup>. Muitos judeus secretos – criptojudes ou marranos – viviam aparentemente de acordo com os preceitos do catolicismo, mas em sigilo, continuavam a praticar as tradições judaicas dos antepassados (Paulo, 1985). Em 1547, implantou-se definitivamente o Tribunal da Inquisição em Portugal e nessa altura aumentou o número de cristãos novos que, impedidos de praticar a sua religião devido às perseguições do Santo Ofício, a praticavam em secretismo<sup>18</sup>.

Desde os finais do século XII que os judeus tiveram importância em Belmonte. 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.

<sup>17</sup> 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”.

<sup>18</sup> 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.*

Manuel os judeus foram forçados à conversão. A permanência dos judeus convertidos, mas que secretamente continuavam a praticar o judaísmo<sup>19</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>20</sup> nunca se apagaram, o jejum de 24 horas do *Yom Kippur*<sup>21</sup> cumpria-se rigorosamente, o *Purim*<sup>22</sup> não foi esquecido e a *Pessah*<sup>23</sup> era vivida com os devidos rituais (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009)<sup>24</sup>.

Foi Samuel Schwarz<sup>25</sup>, 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>26</sup> ao judaísmo<sup>27</sup>. Em 1926, constituiu-se um comité 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

<sup>19</sup> À semelhança de outros judeus secretos nas Beiras e em Trás-os-Montes.

<sup>20</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>21</sup> “Festa das Sortes”; é a festa do Exílio, precedida por jejum (Attias & Benbassa, 1997).

<sup>22</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>23</sup> Páscoa, que celebra a festa da primavera e a comemoração do Êxodo, da saída de Israel da escravidão no Egito e da constituição em povo livre (Attias & Benbassa, 1997).

<sup>24</sup> 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).

<sup>25</sup> Silva M. (2008, p. 3) relata: *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.*

<sup>26</sup> Significa “filhos dos forçados”; são os judeus marranos, descendentes de judeus portugueses e espanhóis, obrigados a converterem-se ao cristianismo.

<sup>27</sup> 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).

(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<sup>28</sup>.

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 muitos passos foram dados na consolidação desta comunidade: a construção da sinagoga Beth Elyau (1996) e do cemitério (2001), as circuncisões, o cumprimento das leis da *cacherut*<sup>29</sup> e de pureza familiar, renovaram o *modus vivendi* da comunidade, constituída por cerca de 250 pessoas (Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea, 2009). O rabi permanente em Belmonte desde 2010 é António Mendes, que é também o presidente da Comunidade Judaica de Belmonte.

## 2.2. O TURISMO JUDAICO E O PATRIMÓNIO JUDAICO EM BELMONTE

Por toda a vila há sinais evidentes da relação de Belmonte com o Judaísmo<sup>30</sup>. Em várias lojas de comércio tradicional vendem-se produtos exclusivamente judaicos, tal como produtos alimentares e vinhos kosher<sup>31</sup> e grande variedade de artigos entre decoração, artesanato, produtos religiosos como taças de vinho, *menorahs*<sup>32</sup>, toalhas, e também de vestuário como kipás, etc. Recentemente abriu uma loja – Mazal Tov – que vende quase exclusivamente produtos judaicos.

<sup>28</sup> como atestam os autores Mucznik, Tavim, Mucznik, & Mea (2009, pp. 87, 88): *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.*

<sup>29</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).

<sup>30</sup> 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. Esta rede tem como objetivo tem por fim uma atuação conjunta, na defesa do património urbanístico, arquitetónico, ambiental, histórico e cultural, relacionado com a herança judaica (RJD, 2011).

<sup>31</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>32</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)

O património judaico de Belmonte inclui a judiaria, a sinagoga, o Museu Judaico e ainda o património intangível, nomeadamente no âmbito das práticas e saberes ancestrais. A antiga judiaria<sup>33</sup> de Belmonte compreendia as ruas de Marrocos e Direita de Marrocos<sup>34</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>35</sup> (Nogueira, 2005).

Na antiga Judiaria e nas ruas circundantes de Belmonte há sinais da presença judaica<sup>36</sup>, 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.

Como já foi dito, Belmonte possuía uma antiga sinagoga<sup>37</sup>, 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>38</sup> (Nogueira, 2005). É um edifício pintado de branco, com

<sup>33</sup> 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 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”.

<sup>34</sup> Atualmente Rua da Fonte da Rosa e Rua Direita.

<sup>35</sup> Criminosos cristãos, cujo cumprimento da sentença judicial era precisamente viverem circunscritos ao espaço das judiarias e mourarias.

<sup>36</sup> 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)

<sup>37</sup> 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>37</sup>” (Attias & Benbassa, 1997, p. 263)

porta de madeira com um *menorah* embutido que se encontra orientado para Jerusalém (como todas as sinagogas), obedecendo no seu interior, à regra de separação entre homens e mulheres na sala de orações; entre os objetos de culto no interior do templo contam-se a *Tora* (o Livro), o *Kéter Tora* (coroa) e o *Yad* (indicador de leitura) (2005, p. 32).

O Museu Judaico de Belmonte, único em Portugal, abriu em 2005 e retrata a história da presença sefardita no país<sup>39</sup>. 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 recepção, 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).

Em relação ao património intangível, uma das formas 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>40</sup>

- Ai Altíssimo Senhor! Ou: Altíssimo Senhor de Adonai!<sup>41</sup>

- Ma terça! Outras vezes e a maior parte das pessoas já diz: Mãtrãção! Ou: Mãtrãção te dê, alma desgraçada! Rogar uma terça era rogar uma febre terça. Hoje não se tem essa noção. “Mãtrãção!” é apenas uma exclamação. Mãtrãção 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...

<sup>38</sup> Nome do pai do judeu que a mandou edificar.

<sup>39</sup> 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).

<sup>40</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>41</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)

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 seja 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.”

### 3. METODOLOGIA

A revisão bibliográfica que se desenvolveu 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<sup>42</sup>.

Estabeleceram-se como objetivos: fazer um levantamento da presença judaica em Belmonte; analisar a sua oferta turística, suportada pela presença judaica; analisar e interpretar a opinião e percepção dos residentes (contributos e constrangimentos) em relação ao turismo local (nomeadamente no que concerne ao turismo judaico) e analisar a percepção do envolvimento comunitário na oferta turística, particularmente a da juventude.

Numa primeira fase foi realizada uma abordagem teórica mediante uma revisão bibliográfica, que permitiu conceptualizar abordagens relacionadas com o património e com o turismo cultural, incluindo a Assumpção Identitária local e a 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 actual da vila enquanto 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. Os questionários foram

---

<sup>42</sup> É 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.

aplicados<sup>43</sup> após a sua validação através da realização de um pré-teste realizado em suporte informático<sup>44</sup>. Foram realizados 121 inquéritos<sup>45</sup>, 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 não se pretendia a representatividade, mas sim a validade interna<sup>46</sup> e ecológica<sup>47</sup> do estudo, o processo de amostragem respondeu aos objectivos delineados. Foi construída uma base de dados resultante dos inquéritos válidos obtidos, posteriormente analisada recorrendo ao software estatístico *IBM SPSS Statistics 19* através de estatística descritiva, correlações e cruzamento de variáveis<sup>48</sup>.

## 4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 4.1. PERFIL DEMOGRÁFICO DOS RESIDENTES INQUIRIDOS

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<sup>49</sup>. Para efeitos de análise, agrupou-se os dados em três grupos etários, sendo que 47,9% dos inquiridos pertencem à faixa etária 18/34 anos; 41,3% têm entre 35 a 54 anos e 10,8% têm mais de 56 anos. Dos inquiridos, 85 (70,2%) são naturais do concelho de Belmonte, contra 36 (29,8%) que nasceram noutros concelhos; destes últimos, a média de anos que residiam no concelho era de 22 anos. Quanto ao estado civil, verifica-se que 63 residentes enquadram-se na

<sup>43</sup> Os questionários foram recolhidos presencialmente entre o mês de Fevereiro e o início do mês de Junho de 2012, sendo a maioria recolhidos entre o Carnaval e a Páscoa.

<sup>44</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>45</sup> O formato final do questionário resultou num total de 48 questões, sendo 8 dirigidas ao perfil, 2 ao envolvimento com o sector do turismo, 1 à avaliação da importância das atrações turísticas do concelho e as restantes relacionadas com as perceções do turismo em linhas gerais e do turismo judaico em particular. 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).

<sup>46</sup> Os resultados do estudo são correctos para a amostra, aplica-se às condições deste grupo em particular.

<sup>47</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).

<sup>48</sup> 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).

<sup>49</sup> 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.

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 (3,3% cada um dos casos).

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<sup>50</sup>.

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%). 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). A categoria com maior percentagem é a dos Especialistas das actividades intelectuais e científicas, com 23%, seguindo-se o Pessoal administrativo e os Trabalhadores de serviços pessoais, de protecção 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, directores e gestores executivos com 13,5% (na qual se incluem os empresários, comerciantes ou outros que gerem o seu próprio negócio)<sup>51</sup>. 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.<sup>52</sup> Relativamente ao grau de envolvimento no sector do turismo, constatou-se que 24 inquiridos (19,8%) trabalham no sector do turismo ou têm contacto directo com turistas, 7 (5,85) têm um membro do agregado

<sup>50</sup> 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.

<sup>51</sup> 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%.

<sup>52</sup> 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).

familiar que trabalha no sector do turismo ou noutro sector que tenha contacto direto com turistas, e os restantes 90 (74,4%) não têm qualquer tipo de envolvimento com o 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 dependiam do turismo, utilizando uma escala de Likert de 5 pontos<sup>53</sup>. 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.

#### 4.2. PERCEPÇÕES DOS RESIDENTES SOBRE O TURISMO EM GERAL E O TURISMO JUDAICO EM PARTICULAR

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 a avaliarem numa escala de Likert de 5 pontos<sup>54</sup>. Foi-lhes pedido para se imaginarem como turista, ao atribuírem os graus de importância.

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, como se pode verificar na tabela 1.<sup>55</sup>

**Tabela 1 - 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

<sup>53</sup> Sendo 1 – Nada, 2 – Pouco, 3 – Em parte, 4 – Muito e 5 – Totalmente)

<sup>54</sup> Sendo 1 – Nada importante, 2 – Pouco importante, 3 – Em parte, 4 – Importante e 5 – Muito importante

<sup>55</sup> 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.

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, utilizando uma escala de Likert de cinco pontos<sup>56</sup>. Na tabela 2 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.

**Tabela 2 - 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, considerada favorável<sup>57</sup>. 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.

<sup>56</sup> Sendo 1 – Discordo totalmente, 2 – Discordo, 3 – Estou indeciso(a), 4 – Concordo e 5 – Concordo totalmente.

<sup>57</sup> 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.

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.

Na questão seguinte, os inquiridos confrontaram-se com uma série de cinco afirmações<sup>58</sup> sobre o que o turismo judaico representa atualmente para Belmonte, para seleccionarem apenas uma. Uma vez que é uma questão de escala ordinal, faz sentido apresentar o valor da média que se situa em 3,84, o que expressa que o turismo judaico é uma actividade importante para Belmonte; o desvio padrão é 0,65, o que significa que há pouca dispersão entre as respostas.

Em relação às percentagens dos inquiridos que optaram por cada uma das afirmações, é de realçar que não houve nenhum inquirido a responder a opção “É uma actividade sem expressão para Belmonte”; 2,5% respondeu “É uma actividade pouco importante” 23,1% “É uma actividade com alguma importância”, a maioria (61,98 %) optou pela afirmação “É uma actividade importante” e 12,4 “É uma actividade decisiva”.

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” – 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. Observa-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.

---

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

Para avaliar as percepções 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>59</sup>. 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 não se aplicavam ao turismo em geral, dada a singularidade do turismo judaico. Na tabela 3 pode observar-se a percentagem de inquiridos que respondeu a cada ponto da escala, a média e o desvio padrão<sup>60</sup>.

**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 JUDAICO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>M</b>	<b>Dp</b>
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
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.

### 4.3. RELAÇÃO ENTRE VARIÁVEIS

<sup>59</sup> Sendo 1 – Discordo totalmente, 2 – Discordo, 3 – Estou indeciso(a), 4 – Concordo e 5 – Concordo totalmente.

<sup>60</sup> Tal como no caso das afirmações sobre o turismo em geral, o quadro apresenta as afirmações por ordem decrescente de médias.

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*.

Como já foi referido, seis das afirmações sobre o turismo judaico são exactamente iguais a tantas outras relativas ao turismo em geral. Pretende-se 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 4, onde se mostra a comparação entre as respectivas médias, desvio padrão e diferença de médias.

**Tabela 4 - 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 excepção 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 exactamente o mesmo).

Com o objetivo de correlacionar a média total de cada grupo de seis variáveis, agrupou-se cada um<sup>61</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.<sup>62</sup> Uma vez que as novas variáveis são numéricas, para as correlacionar

<sup>61</sup> Através do comando do SPSS *Transform - Compute variable*

<sup>62</sup> No entanto, antes de agrupar as variáveis, procedeu-se ao teste de *Cronbach* 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. 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.

utilizou-se o comando *Bivariate Correlations*. Neste caso fez-se a correlação através do coeficiente de *Pearson*<sup>63</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 5.

Tabela 5 – 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

A idade tem uma relação directa com ambos os casos (como se pode verificar pelo coeficiente de *Pearson*:  $r=-0,18$  no turismo em geral e  $r=-0,34$  no turismo judaico), sendo a mesma negativa, ou seja à 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 sector do turismo não têm relação com estas variáveis. Já na dependência de rendimentos do turismo<sup>64</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

<sup>63</sup>O coeficiente de correlação de *Pearson* mede o grau da correlação (e a direcção 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.

<sup>64</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 ( $n=9$ ).

turismo em geral sobe, à medida que os inquiridos mantêm uma maior dependência dos rendimentos do turismo, como se pode verificar na tabela 6.

**Tabela 6 – 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>65</sup>, a média dos seis itens sobre o turismo em geral desce bastante quando os inquiridos são judeus, como se pode ver na tabela 7.

**Tabela 7 – 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>

Na relação das variáveis com as duas afirmações sobre o turismo judaico, apresentada na tabela 8, pode verificar-se que, 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: à medida que a idade dos inquiridos desce, a média das afirmações sobe, ou seja tem tendência a ser mais favorável.

**Tabela 8 – 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 para Belmonte	<b>0,02</b>	0,78	0,47	0,19	0,79

<sup>65</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.

Belmonte, terra de judeus	<b>0,05</b>	0,75	0,59	0,54	0,44
---------------------------	-------------	------	------	------	------

#### 4.4. CLASSIFICAÇÃO DOS RESIDENTES EM GRUPOS HOMOGÉNEOS - CRIAÇÃO DE CLUSTERS

Com o objectivo de detectar grupos homogéneos de residentes com base na percepção sobre o conjunto de 9 afirmações sobre o turismo judaico, foi realizada a análise de *clusters*<sup>66</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 9 - 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 de Belmonte	1,95	1,96	3,50
7) O turismo judaico beneficia os negócios e o comércio 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 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>
	<b>Céticos</b>	<b>Moder.</b>	<b>Interes.</b>

<sup>66</sup> Análise de clusters é uma técnica para classificar objetos ou casos em grupos de características homogéneas (clusters).

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>67</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 10 - Efeito dos *Clusters* em variáveis métricas

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

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 pelo turismo judaico. Existe uma diferença considerável essencialmente do grupo dos

<sup>67</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.

cépticos em relação aos outros dois; a média de idades dos Cépticos 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 cépticos, 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 respectiva significância, tal como as respectivas percentagens de cada grupo em cada variável é apresentado na tabela 14.

**Tabela 11 - Efeito dos *Clusters* em variáveis nominais**

	CHI	SIG.
Sexo	1,40	0,50
Natural de Belmonte	1,68	0,43
Habilitações literárias	2,38	0,67
Situação profissional	<b>15,49</b>	<b>0,05</b>
Envolvimento no turismo	4,88	0,30
Dependência dos rendimentos do turismo	8,31	0,81
Relação com o Judaísmo	4,78	0,31

Verifica-se que, à excepção da “situação profissional”, nenhuma outra variável apresenta significância em relação aos *clusters*. É necessário ter em consideração que o grupo dos Cépticos 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), Através deste teste foi possível traçar um perfil de cada *cluster*: quanto ao sexo, a percentagem de mulheres divide-se em 18,6% no grupo dos Cépticos, 42,9% no Moderados e 38,6% no Interessados. Os homens distribuem-se do seguinte modo: 13,7% de Cépticos, 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>68</sup> no cruzamento com os diferentes *clusters*<sup>69</sup>.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O segundo, terceiro e quarto capítulos do presente artigo expuseram o quadro teórico conceptual e metodológico, tal como o enquadramento do tema no tempo e no espaço. Tendo em consideração a revisão bibliográfica efectuada, 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, importa tecer um conjunto de considerações finais, sobretudo no que concerne a potencialidades e a margens de progressão para o Turismo Judaico em Belmonte.

A partir dos resultados expostos na discussão de resultados, conclui-se que os inquiridos de faixas etárias mais baixas se sentem muito envolvidos no turismo judaico praticado em Belmonte, sendo as suas respostas muito positivas em todas as questões relacionadas com o tema. Esta constatação configura-se como promissora uma vez que conjectura uma boa aceitação por parte de gerações futuras. Para além disso, tendo em consideração os

---

<sup>68</sup> Pearson Chi-Square = 15,49 e Sig = 0,05

<sup>69</sup> Comparando os valores esperados (por ponderação) e os valores observados nos grupos de maior expressividade (estudantes, desempregados e a exercer actividade profissional), constata-se 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 actividade 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 Cépticos. Estes valores foram obtidos utilizando programa SPSS através de uma tabela cruzada (entre as duas variáveis).

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. No âmbito da Assumpção Identitária local, a juventude terá assim um papel essencial no Turismo de Belmonte.

Ao longo de toda a análise de resultados foram muitos os indicadores que corroboram o parágrafo anterior. Para começar, quando se avaliou se a opinião dos residentes em relação ao turismo judaico, esta diferia consoante as variáveis demográficas, sendo que, apenas duas variáveis demonstraram estabelecer relação (como se pode verificar na significância): a idade, cuja relação é negativa, ou seja, à medida que a idade sobe, a resposta tende a ter médias mais baixas, indicando que a juventude é mais favorável a este tipo de turismo; e a dependência de rendimentos do turismo, que à medida que há maior dependência de rendimentos do turismo, a média geral das afirmações, sobe.

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. De realçar que os residentes consideram o património judaico a segunda atracção turística mais importante de Belmonte, no ponto de vista do turista, o que significa que a comunidade atribui valor a esse património<sup>70</sup>.

Relacionando as médias gerais dos seis itens em comum entre o turismo em geral e o turismo judaico, com algumas variáveis, chega-se à conclusão que a idade tem uma relação directa com ambos os casos, e que essa relação é negativa, ou seja à 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 que significa que quanto mais jovens os inquiridos, maior é a sua simpatia por este tipo de turismo<sup>71</sup>.

---

<sup>70</sup> Nas percepções dos impactos mais positivos e negativos do turismo em geral e turismo judaico de Belmonte mais reconhecidos pelos residentes, as médias dos impactos relacionados com o aumento de poluição e prejuízos com a natureza indicam que na 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.

<sup>71</sup> O sexo e o envolvimento com o sector 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.

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 Cépticos, Moderados e Interessados. Demonstrou-se que não há qualquer relação entre os *clusters* e a dimensão do agregado familiar e o número de anos a residir no concelho. Mais uma vez, 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<sup>72</sup>. Existe uma diferença considerável essencialmente do grupo dos Cépticos em relação aos outros dois; a média de idade destes é de 44,8 a dos Moderados 36,9 e a dos Interessados é de 35,7.

O presente estudo permite também tirar algumas conclusões a partir dos resultados da investigação empírica, destacando algumas recomendações para a actuação no destino em relação ao segmento de turismo estudado, tendo em consideração um desenvolvimento sustentado do mesmo e o inerente 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. 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 actividade turística.

Sugere-se que se introduzam critérios de sustentabilidade no planeamento e gestão do turismo, bem como mecanismos para o desenvolvimento de acções 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 colectiva de tais vantagens locais, sejam directas ou indirectas, tal como fomentar o apoio à investigação de modo a obter-se mais informações que possam contribuir para um desejado envolvimento comunitário.

Belmonte possui factores de diferenciação da oferta turística no nicho de mercado do turismo judaico, uma vez que possui um património judaico único, uma comunidade activa e uma herança cultural judaica incontornável. Por outro lado, existe uma vontade das

---

<sup>72</sup> Aqui a situação profissional estabelece também uma relação significante: 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 Cépticos.

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, é também um factor para se concluir que este tipo de produto poderá trazer vantagens à comunidade.

Mais importante ainda, é a constatação de que a maioria da população se sente envolvida neste tipo de turismo, destacadamente a juventude de Belmonte o que se considera ser um indicador muito interessante e positivo porque presume uma boa aceitação por parte de gerações futuras.

## BIBLIOGRAFIA

- Amirou, R. (2007). *Imaginário e Sociabilidades de Viagem*. Porto: Estratégias Criativas.
- 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 edition revue et augmentée: Éditions Albin Michel.
- Henriques, C. (2003). *Turismo, Cidade e Cultura Planeamento e Getão 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.
- Luzzati, S. B., & Rocca, R. D. (2007). *Judaísmo*. Electa.
- 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 Atractão Turística*. Obtido em 2 de Abril de 2011, de FAMA - Catalogo da Biblioteca da Universidade de Sevilla:  
<http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/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 Museums. *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: Síntesis.