



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

BRAGA

**O Contributo do Produto Turístico na Preservação do
Património Cultural - a Herança Judaica na Beira
Interior**

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em **Turismo**,
especialização em **Administração e Gestão do
Turismo**.

Ana Raquel Loureiro Rodrigues

Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais

JULHO 2024



CATÓLICA
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS

BRAGA

**O Contributo do Produto Turístico na Preservação do
Património Cultural - a Herança Judaica na Beira
Interior**

Dissertação de Mestrado apresentada à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em **Turismo**,
especialização em **Administração e Gestão do
Turismo**.

Ana Raquel Loureiro Rodrigues

Sob a Orientação da Prof.^a Doutora **Carla Pinto
Cardoso**

“Our greatness has always come from people who expect nothing and take nothing for granted – folks who work hard for what they have, then reach back and help others after them”

Michelle Obama

Dedicatória

Aos meus pais, pela força inesgotável que me transmitem.

Às minhas filhas, por me darem a felicidade de ser mãe.

Agradecimentos

À professora Carla, pela paciência ao longo destes dois anos e ao Professor Duque pela orientação inicial e motivação ao tema. Prometo escrever mais sobre o mesmo.

Aos municípios que apoiaram a recolha de informação, a Elisabete Robalo, da Câmara de Belmonte, uma máquina histórica; a Barbara, Maria João Gregório e Carla do município de Trancoso. Ao responsável pela comunidade de Belmonte que teve a amabilidade de responder à entrevista.

À Maria Pereira e Purificação Reis da ACISO, pelas informações e conversas sobre o Turismo Religioso.

Ao Isaac pelas conversas ao longo dos anos, nas quais absorvi a riqueza desta herança.

À Dalila Dias das Aldeias Históricas de Portugal, por quem nutro uma forte admiração. Devo-lhe o desafio Beira Interior, motivou-me à mudança e passou-me o seu entusiasmo e paixão pelas Aldeias Históricas. Ainda hoje sou a Raquel das Aldeias Históricas.

À minha irmã, a sua tranquilidade e a sua clarividência, ajudavam-me a não desistir.

Ao Hélder, a motivação mútua ajudou a que no último ano não perdesse o foco e a determinação. Obrigada por este reinício.

A todos os amigos que de uma ou outra forma, me apoiaram a não desistir. E às minhas colegas de escritório, motivadoras, mas já se cansavam de ouvir falar de Tese.

Principalmente, agradeço às minhas filhas que, na sua forma particular de ser, me apoiam e motivam e por elas faço por ser sempre melhor.

Resumo

A preservação do património natural, cultural ou edificado é indispensável na construção da identidade dos territórios, considerando que se trata de um dos recursos de maior atratividade no processo de desenvolvimento turístico, em especial dos destinos de baixa densidade.

O turismo tem sido um propulsor do desenvolvimento económico e social das regiões, em especial através da oferta de produto turístico, elemento de relevo na comunicação da história e identidade dos territórios.

A Herança Judaica é um património com afirmação em território nacional em diferentes momentos da História, que representa neste estudo um exemplo do percurso de preservação da identidade de um povo e respetivo desenvolvimento turístico.

Este estudo pretende dar resposta a algumas questões relacionadas com a preservação do turismo e a consequente importância do produto turístico para o mesmo. Para alcançar esses objetivos, foi aplicado um modelo de investigação assente em revisão documental, recolha de dados primários e secundários, através da aplicação de um inquérito não-presencial e de entrevistas estruturadas e semiestruturadas a especialistas e gestores de destino.

Do estudo resultou a identificação dos recursos existentes no território no âmbito da Herança Judaica e a necessidade de um melhor planeamento, estratégia e desenvolvimento turístico na promoção de um território.

Palavras-chave: património, preservação, produto turístico, identidade, património cultural, turismo, preservação, herança, turismo religioso, herança judaica, turismo judaico, beira interior

Abstract

The preservation of natural, cultural, or built heritage is essential in shaping the identity of territories, considering it is one of the most attractive resources in the process of tourism development, especially in low-density destinations.

Tourism has been a driving force for economic and social development in regions, especially through the offering of tourist products—a significant element in communicating the history and identity of these territories.

The Jewish Heritage represents a national heritage at different moments in history, serving as an example of preservation of a community's identity and contributing to tourism development.

This study aims to address questions related to tourism preservation and the consequent importance of tourist products.

To achieve these objectives, a research model based on document review, primary and secondary data collection, non-face-to-face surveys, and structured and semi-structured interviews with experts and destination managers was applied.

The study identified existing resources related to Jewish Heritage within the territory and highlighted the need for better planning, strategy, and tourism development in promoting the region.

Keywords: heritage, preservation, tourist product, identity, cultural heritage, tourism, religious tourism, jewish heritage, jewish tourism

Índice

Agradecimentos	3
Resumo	4
Abstract.....	5
Índice	6
Índice de Imagens	7
Índice de Tabelas	7
Lista de Abreviaturas e siglas	8
1 – INTRODUÇÃO	9
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	13
2.1 Património	13
2.1.1. Património Cultural e Identidade.....	14
2.1.2. Políticas de Preservação de Património	15
2.1.3. Políticas de requalificação de património - Portugal.....	16
2.2 O Turismo Cultural	18
2.2.1 Religião, Culto e Turismo Religioso.....	19
2.2.2 Turismo religioso no Centro de Portugal e na Beira Interior	21
2.3. Origem dos Judeus Sefarditas	22
2.3.1 Reforço das Comunidade da Beira Interior	24
2.3.2 Valorização da Herança Judaica.....	26
2.3.3 Rede das Judiarias e as Rotas de Sefarad	27
2.4 O Turismo em Portugal.....	32
2.5 Produto Turístico.....	36
3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO	38
3.1. Abordagem de Pesquisa	38
3.2. Método de recolha de Dados	38
3.3 Análise dos dados.....	41
3.4 Resultados	41
4. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	56
Recomendações	60
Limites ao estudo.....	61
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
6. ANEXOS	67

Índice de Imagens

FIGURA 1 - LOCAIS DE OFERTA TURÍSTICA EM PORTUGAL [DRC]	29
FIGURA 2 – Nº VISITAS CENTRO DE INTERPRETAÇÃO DA CULTURA JUDAICA ISAAC CARDOSO	30
FIGURA 3 – EVOLUÇÃO DO NÚMERO VISITANTES MUSEU JUDAICO DE BELMONTE	31
FIGURA 4 – NÚMERO DE VISITANTES INTERNACIONAIS – MUSEU JUDAICO DE BELMONTE.....	31
FIGURA 5 – EVOLUÇÃO DO N.º DE EMPRESAS PARTICIPANTES NO IWRT HERANÇA JUDAICA	33
FIGURA 6 – DORMIDAS MERCADO ISRAEL	34
FIGURA 7 – DADOS VISITANTES GOLFO PÉRSICO.....	34
FIGURA 8 - FREQUÊNCIA DE VISITA A BEIRA INTERIOR	42
FIGURA 10 - SATISFAÇÃO GERAL VISITA À BEIRA INTERIOR	42
FIGURA 14 - SUGESTÕES DE ATRAÇÕES A CRIAR	44
FIGURA 17 - RELAÇÃO ENTRE A SATISFAÇÃO E A IMPORTÂNCIA	46
FIGURA 18 - MATRIZ IPA.....	46
FIGURA 19 - DADOS DEMOGRÁFICOS – IDADE	47
FIGURA 21 - DADOS DEMOGRÁFICOS – RESIDÊNCIA	47

Índice de Tabelas

TABELA 1 - NÚMERO TOTAL DE VISITANTES CENTRO DE INTERPRETAÇÃO ISAAC CARDOSO....	29
TABELA 2 – NÚMERO DE DORMIDAS E HÓSPEDES EM PORTUGAL (2023).....	30

Lista de Abreviaturas e siglas

AHP	Aldeias Históricas de Portugal
EEC	Estratégia de Eficiência Coletiva
ICOMOS	International Council on Monuments and Sites
TP	Turismo de Portugal
DRC	Direção Regional do Centro
POI	Ponto de Interesse

1 – Introdução

Enquadramento do tema

O estudo que apresento, “**O contributo do Produto Turístico na Preservação do Património Cultural - a Herança Judaica na Beira Interior**”, surge de uma mudança temporária de vida que realizei, tendo estado a trabalhar como consultora em turismo cultural em territórios de baixa densidade, nomeadamente na Beira Interior e Beira Baixa, com maior predominância de herança judaica. Esse trabalho, teve uma ligação de proximidade com os territórios, os municípios e as redes colaborativas existentes no território, nomeadamente as Aldeias Históricas de Portugal. Uns anos antes tinha fundado uma empresa de animação turística, que ainda existe nas mãos de outros proprietários, que tinha como objetivo a realização de percursos a pé temáticos com um historiador. Nesta altura, eram criados guiões de visita, com levantamento histórico e mapeamento de locais que apoiavam a contextualização histórica, das melhores experiências que tive. Entre muitos temas, um deles foi “O Porto dos Judeus”.

Estes dois projetos profissionais, com uma base cultural de âmbito turístico, trouxeram uma perceção sobre a importância do património (material e imaterial) como ponto de atratividade. Porém, bem mais enriquecedor, trouxe-me a perceção de que a valorização do património é um veículo para a preservação da identidade de um território ou de um povo, através da criação de diversas ferramentas, nomeadamente de fruição turística. Se um monumento, património edificado, suscita interesse na visitação de um destino, a verdade é que em territórios de baixa densidade ganha outro impacto considerando a escassez de oferta turística.

Da revisão de literatura realizada, relativamente à estreita correlação entre património e turismo, as investigações apontam para o grande contributo que o património, a cultura, tem no desenvolvimento das comunidades; assim como evidenciam que as atividades turísticas criam uma perceção dos valores sociais e culturais das comunidades, criando oportunidades de manifestação da sua identidade (Ursache, 2015).

Nesse âmbito, este estudo analisará a pertinência de uma área específica do património, a herança judaica, e o seu desenvolvimento turístico na criação de novas ofertas nos territórios.

Pertinência do tema

Conforme refere a Carta Internacional sobre o Turismo Cultural da ICOMOS (1999), o património específico e a memória coletiva de cada comunidade e local são insubstituíveis, reforçando a relevância da preservação do património. Este é um tema que deveria estar em permanência na agenda de todos os territórios, pois através do seu passado, se define uma identidade. A evolução ou transformação de património preservado em utilidade pública, através da criação de pontos de visitação ou outros, transforma um bem material, ou imaterial, em potencial turístico. Esta transformação é por si só evidência de criação de ferramentas que sirvam os visitantes, o turismo, que, aliados a ações complementares, poderão constituir um fator de desenvolvimento económico e social das comunidades e territórios.

Apesar dos residentes conhecerem o valor dos seus ativos patrimoniais, estes podem passar despercebidos pelo visitante e não serem valorizados ao ponto de serem polos de atratividade e visitação. Do ponto de vista do património imaterial existe ainda o risco de perda de conhecimento da cultura, das tradições e ocorrer uma total desconexão por parte da sociedade atual (Cardona 2022). O que nos leva a compreender que um ativo cultural, patrimonial, não é suficiente para se tornar um atrativo turístico, carecerá, certamente, de uma estratégia de desenvolvimento para que se possa tornar numa marca.

No que se refere à região centro, nomeadamente a Beira Interior, marcada pela herança e património judaico existente em território nacional, tem vindo a testemunhar um crescente destaque no turismo judaico, ainda que sem a massificação que o Turismo Religioso normalmente aporta. *A concentração deste tipo de turismo na região, considerado um turismo de nicho (Dinis, A 2015)*, tem chamado a atenção de entidades regionais e nacionais, investidores e académicos, assistindo-se a um interesse cada vez maior por este segmento de turismo.

Os recentes acontecimentos em Israel, têm trazido inclusivamente um olhar mais atento para a história de Israel, e das suas comunidades, pelo que este estudo ganha pertinência na atualidade.

Objetivos Gerais e Específicos

Deste modo, pretende-se que este estudo contribua para uma compreensão mais detalhada do impacto de um produto turístico na diversificação de oferta turística de um território, do

consequente aumento da procura, analisando o exemplo da Herança Judaica na região da Beira Interior.

Para este efeito, pretende-se analisar as seguintes questões:

- O turismo e o produto turístico como facilitadores da preservação do património cultural
- A relevância da preservação da herança judaica e a sua utilidade no turismo religioso/cultural.
- As atrações turísticas relacionadas com a herança (turismo) judaica na região são suficientes face à procura
- O contributo da oferta turística (produto turístico) no aumento da procura, nomeadamente motivada pela herança judaica.

Pretende-se, assim, responder à questão em que medida a existência de produto turístico é uma ferramenta de preservação do património e contribui para o enriquecimento da experiência turística e para o crescimento económico local, tomando como exemplo a herança judaica na região da Beira Interior.

Metodologia

Do ponto de vista metodológico, numa primeira fase, foi realizada uma revisão de literatura de forma a analisar as investigações pertinentes para o tema em estudo, utilizando bases-de-dados Scopus, SCienceDirect, ResearchGate. Esta pesquisa inclui artigos em língua portuguesa e inglesa. Os dados sobre fluxos turísticos relacionadas com a herança judaica foram igualmente analisados. Posteriormente, foi realizado um levantamento de dados primários, através de um inquérito de perceção de conhecimento e motivações junto dos visitantes da região centro e de uma série de entrevistas de profundidade, consideradas necessárias para o estudo.

Estrutura do estudo

Após a introdução, a dissertação organiza-se em duas partes:

Na primeira parte é feita uma análise teórica mais conceptual, com base na revisão de literatura. Esta primeira parte divide-se em três sub-pontos dedicados ao turismo religioso e judaico (subponto 2.1), à herança judaica numa perspetiva de conceitos e origem (subponto 2.2.), e uma ao património cultural e edificado (subponto 2.3).

Na segunda parte do estudo é abordada a parte prática do estudo, que inclui a apresentação e análise dos resultados do inquérito e das entrevistas, bem como as conclusões obtidas. O estudo conta ainda com um capítulo onde se descreve a metodologia adotada e de um capítulo com as conclusões do estudo.

2. Enquadramento teórico

Este capítulo apresentará os conceitos centrais e ligações entre património cultural, turismo religioso e herança judaica, nomeadamente na Beira Interior. Será feita uma reflexão, sustentada em estudos existentes, sobre a importância da valorização do património e o impacto da sua preservação.

2.1 Património

Para citar a UNESCO, o Património é a nossa herança do passado, o que nós vivemos atualmente e o que transmitimos às gerações futuras. A definição da UNESCO refere ainda que a herança cultural e natural são ambas fontes de vida e inspiração insubstituíveis (UNESCO, 2024).

O património cultural é constituído por 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 (Lei de Bases n.º 107/2001, de 08 de setembro). Trata-se de um legado que as comunidades herdaram do passado e que transmitem a gerações futuras enquanto enriquecimento e valorização desse mesmo legado.

Como afirma Ballart, a noção de património surge “quando um indivíduo ou um grupo de indivíduos identifica como seus um objeto ou um conjunto de objetos” (Ballart, 1997: 17). A perceção de património é considerada como sendo pertença de um determinado coletivo e num determinado período do tempo, sendo o elemento determinante que define o conceito de património a sua capacidade de representar simbolicamente uma identidade e da sua preservação por parte de uma comunidade no tempo. A preservação é essencial na manutenção da identidade de um lugar e da comunidade.

Ao longo da história, principalmente a partir de finais do Século XIX, foi sendo percorrido um caminho de construção de mecanismos e ferramentas que visavam a salvaguarda de património, desde o património natural, arquitetónico, arqueológico, cultural ou até documental. Esses mecanismos foram evoluindo, tal como evoluem as sociedades, no âmbito das suas crenças e teorias perante o interesse pela proteção do património.

O trabalho de preservação é um processo continuado que envolve vários domínios, a proteção enquanto restauro ou reabilitação do edificado, a criação de locais dedicados à narrativa da história, como museus, ou dinâmicas mais atuais de preservação aliadas ao turismo. O

património cultural integra valores formativos ou pedagógicos que, perante uma atuação coletiva, potencia a transmissão de conhecimentos sobre o passado, remoto ou recente, e possibilita a transformação desse património num bem de fruição social, com carácter recreativo e com valor de utilização.

2.1.1. Património Cultural e Identidade

O património assistiu a uma construção da perspetiva como era analisado, evoluindo de um plano histórico a uma dimensão mais expansiva. Foi-se presenciando uma mudança de atenção do património apenas no plano histórico, do património considerado apenas como monumento, para uma perspetiva de património enquanto local, paisagem e à integração de uma dimensão imaterial. Esta evolução é naturalmente complexa, mas veio abrir espaço à integração de valores e narrativas sobre o património, que ultrapassavam o próprio bem, em sim mesmo.

O Património Cultural de um povo é muito vasto, integra obras materiais que são mais óbvias ou visíveis, como são exemplo os locais arqueológicos ou o edificado; e imateriais que exprimem a criatividade desse povo, como a língua, costumes, lugares e monumentos históricos, literatura entre outros. A partir deste olhar mais amplo do conceito de património, pode iniciar-se a construção de imaginários coletivos através da definição da identidade, da memória, não apenas de um bem, mas da contextualização da época e do povo onde se integram.

A criação da identidade de um bem é um trabalho complexo, porém essencial para a compreensão do todo, a origem de um bem imóvel em determinada época em que existia. Assim afirma a Carta Internacional sobre o Turismo Cultural, da ICOMOS, redigida em 1999, que refere que o património cultural pertence a toda a humanidade, mas que o património específico e a memória coletiva de cada comunidade e de cada local, são insubstituíveis. (ICOMOS, 1999) Por outras palavras, a identificação e conhecimento de património, assim como a sua preservação são relevantes para o enriquecimento cultural de um território.

2.1.2. Políticas de Preservação de Património

Abordando a preservação de património num âmbito mais global, considera-se que a mesma é da responsabilidade de cada comunidade, seguindo linhas de atuação internacionais, mas cuidando pela sua heterogeneidade. Os projetos de salvaguarda do património são manifestamente um desafio para as comunidades, mas que deverão ser considerados como decisivos para o desenvolvimento local, através da revitalização da identidade, da produção de cultura, conhecimento, criação de oportunidades de empreendedorismo.

Durand (2006) afirma desde os finais do século XIX tem sido percorrido um caminho de construção de mecanismos e ferramentas que visam a salvaguarda de património (natural, arquitetónico, arqueológico, cultural, entre outros). Num passado mais recente, e em concreto, nas últimas décadas do século XX, em alinhamento com a cultura europeísta, criaram-se ferramentas de proteção do património cultural Europeu comum e da promoção e aplicação de uma política comum. Ao longo do século XIX, o movimento romântico ganhou força na Europa, e com ele veio um interesse renovado pelo passado histórico e cultural, o que conduziu a um processo de valorização de monumentos antigos. Pela Europa, começaram a surgir leis de proteção do património edificado, como é exemplo a primeira Lei de Proteção de Monumentos Históricos (*National Trust*) em 1882, no Reino Unido.

Neste século assistiu-se igualmente ao renascimento do interesse na arquitetura antiga e um aumento do interesse pela importância de preservar edifícios históricos, o que conduziu à fundação de sociedades e organizações dedicadas à conservação e restauração de monumentos.

Esta evolução pela preservação do património a par do desenvolvimento de outras áreas da sociedade, como o transporte, permitiu a movimentação de mais pessoas e a visita a locais históricos, conduzindo a uma crescente sensibilização pela importância económica do turismo cultural.

Portugal foi dos primeiros países do mundo a legislar na área do património. A mais antiga lei de proteção dos monumentos antigos é de 1721. (ICOMOS, 2024),

Pelas décadas de 80 e 90, do século XX, foram surgindo em Portugal novas oportunidades de cofinanciamento comunitário, incentivando novos projetos de desenvolvimento regional, que conduziram, não só, a um maior estudo sobre o património cultural existente, como também a projetos de desenvolvimento local. As autarquias tiveram um papel preponderante na inventariação e estudo do património cultural, que veio a resultar em estratégias de

desenvolvimento local, de âmbito socioeconómico, com reflexo na salvaguarda de património (principalmente rural). Surgiram, nomeadamente, programas de incentivo financeiro para turismo rural, que apoiavam a reabilitação de aldeias, igrejas, outro edificado ou até mesmo envolventes naturais. Exemplo disso, são as Aldeias Históricas de Portugal.

2.1.3. Políticas de requalificação de património - Portugal

A entrada de Portugal nas Comunidades Europeias, em janeiro de 1986, veio “globalizar” o país (a nível europeu) trazendo para discussão novas políticas de organização territorial, entre outras tantas políticas cuja construção Portugal teve a oportunidade de iniciar (AD Coesão).

A adesão a esta nova realidade europeia trouxe novos investimentos direcionados para o desenvolvimento do país, em várias áreas de atuação. Estes financiamentos seriam apenas possíveis de obter se estivessem implementadas, e executadas, políticas territoriais que uniformizassem o país à luz das linhas orientadoras da Europa. O país iniciou, assim, um processo de preparação de adesão a novas estratégias comuns, adequadas ao território que geria.

Nesse seguimento, e de âmbito territorial e de turismo, a 14 de fevereiro de 1986, é aprovada a criação do Plano Nacional de Turismo a vigorar para o período de 1986-1989, em cuja reunião de Concelho de Ministro se reconhece:

“a necessidade imperiosa para a atividade turística o estabelecimento de um plano nacional de turismo, como, aliás, já foi reconhecido pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 52/83, considerado numa perspectiva de longo prazo, tendo embora de admitir-se que, numa primeira fase, se tenha de dar maior realce aos problemas para cuja solução se entende haver maior possibilidade de concretização.” (Diário da República, 1986).

Esta foi uma primeira ação para uma estratégia nacional concertada entre diferentes departamentos e territórios, onde se pretendia criar um conjunto de mecanismos e normas para uma autorregulação e auto-organização do turismo.

Entre os principais objetivos do Plano, destacam-se os seguintes:

“Contribuir para a proteção do património natural e valorização do património cultural: Organização equilibrada dos espaços; Proteção dos ambientes naturais, em particular das faixas litorais; Definição da carga turística ótima para cada zona a desenvolver; Proteção da arquitetura regional e dos aglomerados urbanos típicos; Preservação dos monumentos e proteção dos espaços envolventes; Desenvolvimento do artesanato e apoio ao folclore” (PNT 1985-1988).

No âmbito do trabalho de preparação para a execução do Plano Nacional de Turismo, procede-se ao início do levantamento das necessidades do território, o que resultou nomeadamente no reconhecimento do papel das aldeias típicas como testemunhos culturais de inegável interesse turístico e, em determinadas regiões, o reconhecimento destas aldeias como o mais válido recurso turístico. Tal como refere o próprio plano:

“A sua proteção e recuperação deverá por isso, ser tarefa prioritária o que pressupõe uma prévia identificação de todas as aldeias existentes que satisfaçam aquela condição” (PNT 1985-1988).

Foram ainda definidos locais de intervenção, sendo que na Região Centro se identificaram um conjunto de aldeias históricas que integram aglomerados localizados, na sua maioria, ao longo da linha de fronteira. Pequenos conjuntos, cuja dimensão patrimonial testemunha a importância que assumiram no passado, nomeadamente na conquista, povoamento, defesa e estabilização do território nacional.

No âmbito das políticas comunitárias de cofinanciamento e do Plano nacional de Turismo surge, então, em 1987 um programa estratégico estruturado de Recuperação dessas aldeias históricas identificadas. Depois de uma fase experimental iniciada no decurso do I Quadro Comunitário de Apoio (QCA – 1986-1993), é com o financiamento do II Quadro Comunitário (1994-1999) e através do Programa do Potencial de Desenvolvimento Regional (PPDR), que surge o Programa de Recuperação das Aldeias Históricas. Este projeto inicia com a consulta dos municípios para identificação de dez aldeias (Almeida, Castelo Mendo, Castelo Novo, Castelo Rodrigo, Linhares da Beira, Marialva, Sortelha, Idanha-a-velha, Monsanto, Piódão) e com o prolongamento do programa de recuperação para o III Quadro Comunitário de Apoio (2000-2006), são integradas as duas últimas aldeias em 2003 (Belmonte e Trancoso).

O Programa de Recuperação das Aldeias Históricas de Portugal (PRAHP) foi um projeto-piloto, criado pelo governo que visou lutar contra a fraca produtividade, envelhecimento e desertificação populacional de um conjunto de aldeias da Beira Interior Este território tinha um conjunto de elementos que permitiam criar uma identidade comum às diversas Aldeias incorporadas no projeto: a história, a cultura e o património.

À data da preparação do II Quadro Comunitário de Apoio (QCA), foi atribuído um volume de investimento global de 25 milhões de Euros, cuja distribuição teve como critérios a dimensão física do aglomerado, o grau de carência em infraestruturas básicas, e da densidade e estado

de conservação do património histórico-cultural existente, em que a Valorização do património e a Requalificação urbanística representou 55% da dotação (ADCoesão).

Desde este processo na década de 80 até à data, 2024, todos os Quadros comunitários envolviam a valorização ou a sustentabilidade dos seus recursos e património (Portugal 2020).

2.2 O Turismo Cultural

Um bem cultural deve ser gerido de forma eficaz com vista a garantir a preservação dos seus recursos patrimoniais e a sua apresentação para o visitante (Glasson et al., 1995, McArthur and Hall, 1993, McArthur and Hall, 1996).

“De acordo com a definição adotada pela Assembleia Geral de Turismo das Nações Unidas, na sua 22ª sessão (2017), o Turismo Cultural implica:

"Um tipo de atividade turística na qual a motivação essencial do visitante é aprender, descobrir, vivenciar e consumir as atrações/produtos culturais de um destino turístico. Essas atrações/produtos relacionam-se com um conjunto de características materiais, intelectuais, espirituais e emocionais distintivas de uma sociedade que engloba artes e arquitetura, património histórico e cultural, património culinário, literatura, música, indústrias criativas e as culturas vivas com seus estilos de vida, sistemas de valores, crenças e tradições". (UNTWO, 2024)

No entanto, apesar desta definição, vários autores referem não haver uma definição objetiva para Turismo Cultural, ou mesmo para Cultura. No seu livro “*Issues in Cultural Tourism Studies*” (2023), Melanie Smith refere que a definição de turismo cultural inicia na própria definição de cultura. O que é cultura? “*Pode ter importância local ou global, pode ser histórica ou contemporânea, pode ser representada por um elemento físico e material, tangível e intangível ou ser uma expressão das práticas do quotidiano de uma comunidade*” (Smith, M, 2023, pp.15).

No livro, a autora cita ainda diversos autores que abordam a questão da diversidade que a definição de turismo cultural pode implicar. Não apenas de cultura enquanto história passada ou presente, mas de diferentes formas de cultura: arte, gastronomia, festivais, música, arquitetura, etc.

Habitualmente, entende-se que o turismo com interesse por património se insere no segmento do Turismo Cultural, sendo que o património edificado, por exemplo, integra diferentes tipos de património: solares, igrejas, monumentos. Neste seguimento, os mosteiros, as igrejas, santuários, entre outros, integram o património cultural histórico, que não deixa de fazer

sentido considerando que os locais de devoção religiosa constituem, por si, motivação de visita, sem crença associada. No entanto, não deixam de ser locais de devoção, aos quais afluem movimentos de peregrinação.

A UNESCO, através de um estudo da ICOMOS (Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios), define Património Religioso, como sendo “Qualquer forma de património/propriedade de associação religiosa ou espiritual: igrejas, mosteiros, santuários, mesquitas, sinagogas, templos (...)”. Acrescenta ainda que o Local Sagrado como áreas de significância espiritual especial para povos e comunidades. Em Portugal, em 2010, cerca de 75% do património classificado era de origem religiosa, pelo que a ligação e até os limites do que se considera turismo cultural e religioso, pode ser impercetível.

Também sobre património religioso, Pereira (2010) acrescenta;

O património religioso, para lá da dimensão espiritual inerente, possui elementos arquitectónicos, artísticos, históricos, simbólicos e paisagísticos que o transformam num importante recurso turístico de uma região ou de um país. (Pereira 2010).

Ou seja, uma viagem realizada a um local Sagrado, trará sempre associado um interesse cultural, pois a deslocação por motivos religiosos irá estar em contacto com outra cultura, realidades com as quais habitualmente o visitante não se depara, tornando a viagem tanto religiosa quanto cultural (Pereira 2010).

2.2.1 Religião, Culto e Turismo Religioso

Introdução a diferentes cultos

Sendo um país católico, Portugal tem vários locais dedicados ao culto de Nossa Senhora, de diversos santos padroeiros o que permite uma grande diversidade de locais de devoção, com igrejas, pinturas, esculturas, romarias e peregrinações. Fátima, onde Nossa Senhora apareceu aos três pastorinhos em 1917, é indiscutivelmente o principal local de culto. Desde então, especialmente nos dias 13 de cada mês, este lugar de fé e paz recebe peregrinações que atingem seu ápice em maio e outubro, quando multidões expressam sua fé de maneira que certamente o emocionará, independentemente de sua crença. A devoção Mariana é uma marca indelével na história do mundo cristão. Em Portugal, essa devoção começou nos primórdios da nacionalidade e consolidou-se ao longo dos séculos, deixando um legado mariano riquíssimo de norte a sul do continente e nas ilhas da Madeira e dos Açores.

Foram várias as construções assentes na devoção religiosa, muitos altares Marianos dedicados a Nossa Senhora, um exemplo bastante conhecido como o Mosteiro de Alcobaça (Séc. XIII), construído pela Ordem de Cister, o Mosteiro da Batalha dedicado igualmente a Santa Maria da Vitória.

Entre o Século XV e XVIII, além dos locais sagrados, foram criadas festas e romarias em devoção não só a Nossa Senhora, como outros santos padroeiros. Ainda hoje, em honra da Virgem Maria, são celebradas procissões e romarias, que assumem características relacionadas com as atividades de cada local. Por exemplo, em Lamego o andor onde a imagem da Nossa Senhora é levada é um carro de bois, enquanto em Viana do Castelo, Constância ou Albufeira é transportada nos barcos dos pescadores.

Esta motivação pelos Altares Marianos, conduz a uma viagem por lugares e períodos históricos distintos.

Uma outra motivação de fé, é o Caminho de Santiago, que desde muito cedo na história, no período medieval, marcam a identidade dos territórios. Ao longo do seu caminho, por onde passam os devotos a Santiago, construíram-se igrejas, conventos, hospitais e albergues para acolher os peregrinos e prestar-lhes assistência. Os Caminhos atravessam o país, provenientes da Europa, atravessam o país, de sul a norte, tanto pelo interior como pelo litoral. Nas ermidas dedicadas a Santiago, nas pinturas e esculturas das igrejas, nos nomes dos lugares e nas festas e romarias, muitos são os testemunhos da devoção e culto ao santo.

A crescente procura pelo Caminho por onde Santiago circulou, motivou à sua valorização através da melhoria da informação e sinalização, dos equipamentos de apoio e a atenção redobrada às condições de segurança dos peregrinos.

A definição de turismo religioso, conforme descrito por Rinschede em 1992 (p.52), engloba "o tipo de turismo em que os participantes são motivados, em parte ou na totalidade, por motivações religiosas". No entanto, de acordo com Aulet & Vidal (2018), embora as peregrinações com motivações religiosas tenham desempenhado um papel histórico significativo ao longo dos milénios, é evidente que essas motivações e as suas características evoluíram ao longo do tempo. Os locais religiosos são frequentemente visitados não apenas por peregrinos, mas também por indivíduos com interesses variados, como por exemplo pela arte, cultura, património ou enriquecimento pessoal. O turismo religioso integra diversas motivações de ordem religiosa, espiritual ou mesmo de lazer, incorporando um interesse não apenas pela prática religiosa, mas também pela riqueza cultural e patrimonial associada.

Cohen (1998), por exemplo, argumenta que muitos visitantes a Israel são atraídos não apenas pelos locais sagrados, mas também pela atmosfera judaica, destacando a curiosidade como um fator significativo que pode superar a devoção religiosa.

O Turismo Religioso, que assenta em dois fenómenos socioculturais (a religião e o turismo) iniciou quando se iniciaram movimentações de pessoas por devoção a Deus, independentemente das religiões ou ceitas.

Vieira (2008) refere que o Turismo começou com uma manifestação religiosa – a peregrinação – sendo o peregrino um turista de motivação religiosa. Refere igualmente que as principais características desta atividade são as diferentes motivações das deslocações e o que podemos designar de turistas-peregrinos, o que faz do Turismo Religioso uma combinação de motivações religiosas com o fenómeno turístico.

Não obstante a existência de motivações distintas, existe necessidade de se criar um maior envolvimento entre diferentes intervenientes do setor (igreja, autoridades locais e agentes económicos), para que o património religioso existente em Portugal possa impactar o desenvolvimento da economia local (Silva, 2012).

2.2.2 Turismo religioso no Centro de Portugal e na Beira Interior

No que se refere ao Centro de Portugal, esta região possui um dos maiores atrativos religiosos no País, o Santuário de Fátima, complementado com um imenso património religioso distribuído pela região. Dos misteriosos Templários à peregrinação a Fátima, muitas são as Basílicas, capelas, catedrais, conventos, ermidas, igrejas, mosteiros ou sinagogas que fazem parte do património histórico-religioso edificado da região Centro (Caminhos da Fé). Desde a devoção de fiéis ao Santuário de Fátima, ao mosteiro da Ordem de Cister em Alcobaça, ao Convento de Tomar, passando pela Sinagoga de Belmonte ou Trancoso, são distintas as motivações na visita a uma região vincadamente desenvolvida no âmbito do Turismo Religioso.

À semelhança do património histórico-cultural, também o turismo religioso apresenta desafios no âmbito da preservação, pois existe uma grande preocupação de preservar a autenticidade e a integridade dos locais sagrados.

2.3. Origem dos Judeus Sefarditas

Sabe-se que a comunidade judaica tem existência legal em Portugal desde 1912 (Caminhos da fé), no entanto, não é conhecido um momento específico na História que indique a origem da presença dos judeus na península ibérica, conforme indica Paulo Mendes Pinto no seu estudo “Portugal uma terra mítica para os judeus” (2008), em que identifica alguns vestígios físicos que indicam uma presença anterior ao domínio romano. Relata igualmente o carácter nómada dos judeus, resultado do êxodo e exílio a que sempre estiveram sujeitos. Segundo, a sua investigação, os judeus acompanharam os fenícios durante a sua expansão comercial, tendo sido este momento que terá conduzido os hebreus à península ibérica, nomeadamente a território português. O artigo refere ainda que apesar da permanente perseguição aos judeus, estes encontraram na península ibérica um local de liberdade (religiosa), liberdade essa que está na base do nome Sefarad, a conhecida designação dos Judeus da Península ibérica. A sua permanência na Ibéria, contribuiu para o povoamento do território conquistado aos mouros. Esta ligação à expansão fenícia, ajuda a compreender uma das características mais vincadas dos judeus, a sua orientação comercial.

Na Península Ibérica os judeus detinham conhecimento comercial, científico, com profissões de grande destaque e importância para o país.

“Na medicina destacaram-se Moisés Navarro, médico do rei D. Pedro I, Ibn Yahia ha Zaken ben Salomon, médico do rei D. Fernando I, José Zarco e Ephraim ben Sancho, médicos do rei D. Afonso V e Mestre Nacim, o primeiro especialista em doenças dos olhos. Outras personalidades foram relevantes na época dos Descobrimentos portugueses: Pedro Nunes, grande matemático; José Vizinho ou Vecinho, que também foi médico de D. João II e que aperfeiçoou o astrolábio náutico, aparelho para medir a posição das estrelas; Abraão Zacuto, cujo Almanach Perpetuum contendo as tábuas de declinação solar era amplamente utilizado na navegação de alto-mar; Jehuda Cresques, conhecido pela sua perícia na construção de bússolas; Mestre Jácomo, que tinha sido cartógrafo do rei de Aragão.” (Caminhos da Fé).

Ao longo dos séculos os judeus foram sofrendo pressões o que conduziu a que criassem uma proteção face às comunidades onde se inseriam, formando-se ghettos para que mantivessem, por um lado, as suas práticas religiosas longe da vista de outros, e ao mesmo tempo mantivessem a pureza da sua comunidade sem casamentos ou interferências cristãs. Em 1143, por data da fundação da nacionalidade, essas comunidades já se encontravam estabelecidas por algumas localidades, provenientes em grande parte do Oriente por via terrestre,

encontraram ao longo da fronteira lusitana um lar, estabelecendo-se em pequenas povoações do interior, como é o caso da Beira Interior, aí vivendo durante séculos (Miguel, 2008). À semelhança da devoção católica, conforme a comunidade crescia, em cada local criava-se uma comuna com uma sinagoga, sendo esta um local tão importante quanto a igreja o era para os cristãos.

As comunidades judaicas foram crescendo ao longo da história, e da Idade Média, e por volta de 1400 existiam em Portugal cerca de 30 comunidades e milhares de famílias. Em cerca de cem anos teriam aumentado para 100 comunidades (judiarias).

Este aumento deveu-se a diferentes fatores, como: a ausência de levantamentos antijudaicos em Portugal; o aumento dos movimentos anti judeus em Espanha; os descobrimentos e a abertura de novas rotas comerciais; o aparecimento da inquisição e a expulsão dos Judeus em Espanha nos primeiros anos do reinado dos reis católicos. Viveriam em Portugal cerca de 30.000 judeus, que correspondia a cerca de 3% da população, no momento do édito de expulsão dos judeus de Espanha, em 1492. Também neste ano foi concluída a unificação do país, com a final reconquista cristã aos árabes. Este momento marca o verdadeiro início da Diáspora de Sefarad. Portugal acolhe muitos destes judeus, outros utilizariam o país como passagem, e as comunidades aumentariam para cerca de 120.000 pessoas (Rede Judiarias).

Em Espanha, a pressão existente, criada pelos Reis Católicos de Espanha, em especial por D. Leonor, conduziram a vários acontecimentos sendo o de maior relevância e que impactou fortemente Portugal, o Edito de Expulsão dos judeus emitido em 1492. No entanto, esta pressão tinha quase cem anos, acreditando-se que as famílias com maior poder económico terão iniciado o seu êxodo ao longo desse século e, entretanto, em 1492, as comunidades maiores e menos organizadas tiveram de fugir sem qualquer preparação. D. João II autorizou a permanência desses judeus oriundos de Espanha, definindo comunidades onde se pudessem instalar, reforçando, assim, as já existentes, nomeadamente na Beira Interior, nas regiões transfronteiriças, como Trancoso, Belmonte, Castelo Rodrigo ou Bragança. A permanência destas comunidades junto à Raia decorreu por vontade de proximidade à fronteira, caso o édipo pudesse ser revogado e as comunidades terem esperança de um regresso a Espanha.

Apesar do grande peso do poder clerical central, é em pequenas povoações, como na Beira Interior, que os judeus portugueses conseguem ter uma vida com menos sobressaltos. Tal aconteceu pelo menos até à data do édito de expulsão, de D. Manuel I, em 1496. Após o seu

casamento com D. Isabel de Aragão, de Espanha, D. Manuel, dá ordem de expulsão aos judeus, cumprindo o compromisso que impunha seu casamento. Porém, a decisão não foi bem recebida na Corte, as famílias judias detinham grande património e conhecimento, o que originaria a fuga de capital (humano e pecuniário) de Portugal. Os judeus tiveram profissões de destaque na corte, como médicos, astrónomos ou mesmo cobradores reais, pelo que face a esse fator, como alternativa, D. Manuel I ordenou a sua conversão ao cristianismo para poderem permanecer no país. Assim, surgem os designados cristãos-novos (Ferro 1982).

Numa outra fase da história da humanidade, durante a II Guerra Mundial dezenas de milhar de judeus passaram igualmente a fronteira em Vilar Formoso (Almeida), fugindo de uma realidade idêntica à do século XII, com contornos diferentes, mas com um mesmo resultado: a fuga. Os vistos emitidos pelo cônsul Aristides Sousa Mendes em Bordéus transformaram-se em passaportes para a vida através daquele que foi o maior ato individual de salvamento ocorrido durante o conflito (Rede Judiarias de Portugal).

Pela segunda vez na história de Portugal, as comunidades judaicas existentes são reforçadas, um pouco por todo o território nacional.

2.3.1 Reforço das Comunidade da Beira Interior

A aldeia de Belmonte, Trancoso, Almeida ou Castelo Rodrigo, são apenas algumas das aldeias com comunidades judaicas na Beira Interior.

A aldeia de *Trancoso* é historicamente conhecida pelo seu carácter comercial, onde ainda hoje se realiza a Feira de S. Bartolomeu, criada em 1273. Por esta altura acredita-se que a aldeia já tivesse comunidade judaica, sendo que em 1364, por ordem de D. Pedro, vivessem numa judiaria apartada, apesar de serem proprietários de várias casas em outras ruas. A comunidade era numerosa e abastada, com profissões como sapateiros, mercadores, alfaiates, emprestavam dinheiro, eram proprietários e viviam também do arrendamento de habitações. Considerando o conhecimento e astúcia comercial, alguns tiveram privilégios do rei como David Borcas servidor de Gonçalo Vasques Coutinho, alcaide-mor de Trancoso [Rede Judiarias].

Devido a este aumento da comunidade, no século XV, os judeus desta aldeia pediram o aumento da Sinagoga ao rei D. João II. E no século seguinte eram a comunidade mais numerosa da Beira Interior, vivendo mais de quinhentos judeus nesta aldeia. À semelhança de tantos outros territórios, a Inquisição entra em Portugal (1536) entra em Trancoso e espalhava

o terror entre os cristãos-novos, sendo que na atualidade (Séc XXI) não subsiste comunidade na aldeia, apenas registo de memória. O património judaico de Trancoso manifesta-se através da documentação escrita, nos usos e costumes, mas também no aspeto material, com a Casa do Gato Preto ou Leão de Judá, o Poço do Mestre, e alguns elementos arquitetónicos. Este legado justificou a construção do Centro de Interpretação da Cultura Judaica Isaac Cardoso e a Casa do Bandarra.

Relativamente a *Belmonte*, esta aldeia é conhecida por ser a única comunidade ibérica herdeira legítima da antiga presença histórica dos judeus sefarditas. Durante séculos, apesar de serem cristãos-novos, continuaram a casar-se dentro da comunidade ou na Terra Santa. Apesar do medo da inquisição, conseguiram preservar muitos dos ritos, ocultando a sua essência durante muito tempo, de tal modo que a Comunidade é reconhecida oficialmente apenas em 1989. Em 1996 inaugura a sinagoga “Beit Eliahu” (Filho de Elias) precisamente numa das ruas da antiga judiaria. Desde 2005 está igualmente aberto ao público o Museu Judaico que retrata a história da presença sefardita em Portugal, usos, costumes. A comunidade é igualmente ativa junto da população, detendo comércio kosher.

Um outro exemplo é a aldeia de *Almeida*, geograficamente estratégica pela proximidade à fronteira oficial, foi a comunidade mais importante em toda a Península Ibérica, tanto no séc. XV quanto no séc. XX, durante a II guerra mundial, ao acolher refugiados judeus. Nestes dois períodos, Vilar Formoso permitiu salvar a vida a cerca de 200.000 pessoas.

Em 1492, dos 5 locais autorizados por D. Manuel para passagem dos judeus expulsos de Espanha estimam-se que tenham passado cerca de 35.000). Muitos destes formaram um acampamento junto à zona de Vilar Formoso acabando uma parte por ficar a residir em povoações fronteiriças de Almeida. A Judiaria da vila de Almeida está perfeitamente documentada nos arquivos da Torre do Tombo; em 1498, o conde de Abrantes passou a receber uma tença anual em virtude de ter perdido as rendas da Judiaria em virtude da "expulsão dos judeus do reino".

Em Castelo Mendo teria também existido uma judiaria; encontrar-se-ia dentro de muralhas com casas adossadas à mesma, junto à Porta da Guarda. Junto a este local situa-se o edifício conhecido como antigo Hospital da Misericórdia e, no seu interior, destaca-se o Hejal de Castelo Mendo (armário para guardar o livro sagrado, a Torah, nas sinagogas). Nesta região já foram descobertos vários Hejal o que permite sustentar a tese de práticas de judaísmo secreto.

Em Almeida foi construído em 2017 um Memorial aos Refugiados Fronteira da Paz e ao Cônsul Aristides Sousa Mendes. O museu pretende, ao longo de 7 núcleos, relembrar, de forma por vezes sensível e emotiva, o que levou milhares de pessoas a fugir ao nazismo, a importância da atuação do Cônsul Sousa Mendes e a forma como Portugal as acolheu.

Desde 1209 que existem referências à presença hebraica em *Castelo Rodrigo* (carta de Foral do Reino de Leão). Com D. Dinis, a vila passou a integrar território português e o rei confirmou os privilégios da já existente comunidade judaica em 1316. A Judiaria localizava-se dentro das muralhas da antiga vila. Com o êxodo espanhol, em 1492, verifica-se um aumento da população, e mais tarde com D. Manuel deixa de existir oficialmente a Judiaria, em que os agora cristãos-novos ocupam outras ruas. No tempo da Inquisição cerca de 200 processos foram feitos contra figueirenses sendo a povoação de Escalhão vítima de mais de metade das acusações, bem como a aldeia de Escarigo com 25% desses processos. Durante o séc. XX existiam ainda muitos habitantes herdeiros e praticantes do criptojudaísmo no concelho de Figueira de Castelo Rodrigo. Na igreja da Vermiosa é visível um Parokhet (cortina que cobria o Hejal) oriundo de uma antiga sinagoga.

Atualmente do património existente, são ainda visíveis vários sinais cruciformes na aldeia, tendo sido construído o Centro Interpretativo Efraim Bueno. Nascido em 1599 em Castelo Rodrigo com o nome de Martim Alvares, Efraim Hezkiel Bueno, formou-se em medicina em Bordéus, emigrou para Amesterdão onde se tornou médico, inclusivamente da corte da Flandres. Ficou célebre por ter sido pintado em retrato pelo seu amigo Rembrandt, fotografia da qual se encontra no Centro Interpretativo. Encontra-se sepultado no cemitério português de Ouderkerk em Amsterdão. Como homenagem à diáspora lusitana e aos que tiveram de fugir por força da Inquisição, a lápide está escrita em português e apenas a data do falecimento, 1665, se encontra escrita segundo o calendário hebraico.

2.3.2 Valorização da Herança Judaica

A presença de judeus em território português durante séculos deu origem a uma herança cultural, material e imaterial, ainda que a presença das comunidades judaicas seja muito reduzida, as marcas da sua vivência permanecem por todo o território nacional, na toponímia ou na arquitetura particular dos edifícios.

Estes vestígios, herança, suscitou curiosidade por parte de visitantes, gerando interesse num novo tipo de turismo, o turismo sobre o património judaico.

Os vestígios da cultura judaica, com maior ou menor grau de identificação, conservação ou visibilidade social, sejam eles de carácter material ou imaterial, estão disseminados um pouco por todo o país, com especial ênfase nos territórios raianos e do interior centro. (Silva 2018)

A Beira Interior, e respetiva região raiana, acolheram ao longo do tempo um património, uma cultura, tornando-se um dos principais recursos patrimoniais existentes em vários territórios desta região. Algumas localidades, assumem, inclusivamente, uma expressão de identidade, como são exemplo Belmonte ou Trancoso, conforme refere Silva, 2018.

2.3.3 Rede das Judiarias e as Rotas de Sefarad

Em resposta ao crescente interesse pelo património cultural material e imaterial e vestígios judaicos existente das aldeias e vilas da Beira Interior (sinagogas, marcas criptojudaicadas, entre outras manifestações) foram sendo criados centros interpretativos, museus judaicos e uma retórica em redor deste património, com vista à preservação do mesmo. Em reconhecimento desse mesmo património, herança, em 2011 foi criada a Rede das Judiarias de Portugal com o propósito de conjugar a valorização histórica e patrimonial com a promoção turística. (Rede das Judiarias de Portugal). A Rede das Judiarias, que tinha e tem como objeto “*defesa do património urbanístico, arquitectónico, ambiental, histórico e cultural, relacionado com a herança judaica*” (Rede Judiarias). Em 2014 é assinado o projeto “Rotas de Sefarad – Valorização da Identidade Judaica Portuguesa no Diálogo Interculturadas”, entre a Direção Regional de Cultura do Centro, Operadora do Programa e a Rede de Judiarias de Portugal, promotora do projeto. Este tem como base o património judaico Português e trabalha a (difícil) relação que ao longo do século XX se instalou entre a população e essa memória. Assim, são objetivos deste projeto:

dotar o território de meios, materiais e humanos, que permitam uma valorização económica e que sejam, também, motivadores e criadores de elos, valorizando esse património no campo das mentalidades e recriando a própria identidade nacional, num quadro intercultural. (DRC).

É inegável a herança judaica na História de Portugal, quer seja na cultura, na ciência, na própria língua e até na dimensão da diáspora. Contudo, mesmo após a extinção da Inquisição em 1821, a aceitação dessa herança não foi imediata. Ao longo do Séc. XX ainda se encontrava alguma literatura e autores anti-semitas, o que impedia os cripto-judeus de assumirem a sua identidade e liberdade. Este projeto, pretendia contrariar esse sentimento e fazer deste um marco especial na história da relação entre a memória e a identidade.

A criação da Rede de Judiarias e a apresentação ao EEA Grants foi um marco na valorização desta identidade, juntou vários municípios, entidades de turismo e as duas comunidades judaicas nacionais mais importantes. Este grupo de entidades pretendia mudar as estratégias de turismo, e catalizar investidores para um nicho de negócio exigente, mas altamente lucrativo. As intervenções do projeto centraram-se na recuperação de património, no equipamento de espaços museológicos ou interpretativos, valorizando o património de pequenas comunidades do interior, dinamizando a economia com a participação de muitas empresas e entidades locais. Atualmente, fruto desse projeto 16 municípios, em Trás-os-Montes, no Centro e no Alentejo estão hoje dotados de equipamentos dedicados à memória sefardita. Tratando-se de espaços enraizados nas memórias locais e regionais, as exposições fazem a ponte entre o global que os sefarditas ajudaram a criar, uma Europa Moderna, aberta e inovadora, e o local: ligação às estruturas sociais mais pequenas, as famílias, e à História local.

Na Região Centro de Portugal há alguns pontos de interesse que podem ser visitados relativos à herança judaica (DRC):

- Memorial da Vida de Aristides de Sousa Mendes – Vilar Formoso (Almeida)
- Museu Judaico de Belmonte
- Sinagoga de Almeida – Malhada Sorda
- Casa da Memória Judaica e dos Cristãos Novos – Castelo Branco
- Centro de Diálogo Intercultural de Leiria
- Casa da Memória da Medicina Sefardita António Ribeiro Sanches – Penamacor
- Casa da História Judaica da Raia Sabugalense – Sabugal
- Museu Bandarra – Trancoso
- Sinagoga de Vila Cova à Coelheira – Vila Nova de Paiva

Em 2023, Portugal assistiu a um aumento do mercado EUA, tendo alcançado um aumento de 32,5% de dormidas face a 2022 (Travel BI, 2023) (cf. tabela 2), o que justifica o aumento dos números de visitantes desse mercado no Centro de Interpretação. O mercado França, é um mercado de proximidade afetiva pelos luso-descendentes que nele habitam, o mercado da saudade. O terceiro mercado de crescimento, foi o mercado Israel com um aumento a aproximar os 45% (cf. Tabela 2). Este aumento pode justificar-se não apenas com o trabalho de promoção internacional do destino Portugal no mercado Israel, mas também pela possibilidade concedida nos últimos anos para a obtenção de Vistos a Judeus Sefarditas [Comunidade Israelita Lisboa].

Tabela 2 – Número de Dormidas e Hóspedes em Portugal (2023)

INDICADORES	ACUMULADO - Janeiro a Dezembro				
	Valor 2023	Var. 23/22 %	Abs.	Quota 2023 %	Var. 23/19 %
Hóspedes do Estrangeiro (milhares)	18.252,9	19,1%	2.930,0	60,8%	11,2%
Reino Unido	2.354,3	11,3%	239,9	12,9%	9,7%
Alemanha	1.621,5	13,4%	191,5	8,9%	5,2%
Espanha	2.378,8	9,4%	204,4	13,0%	4,1%
França	1.685,9	7,2%	112,7	9,2%	3,9%
Brasil	1.102,2	19,1%	176,5	6,0%	-14,0%
E.U.A.	2.042,3	35,2%	531,9	11,2%	69,9%
Países Baixos	648,3	1,0%	6,3	3,6%	8,3%
Irlanda	524,7	14,7%	67,2	2,9%	26,8%
Itália	823,9	22,5%	151,1	4,5%	14,1%
Bélgica	343,1	3,0%	10,1	1,9%	5,3%
Outros	4.727,8	35,5%	1.238,5	25,9%	10,7%
Dormidas do Estrangeiro (milhares)	53.777,5	14,9%	6.971,6	69,7%	9,6%
Reino Unido	9.901,3	9,4%	853,5	18,4%	5,7%
Alemanha	6.073,0	12,9%	695,6	11,3%	2,6%
Espanha	5.457,6	7,7%	388,3	10,1%	3,9%
França	4.645,1	6,2%	272,0	8,6%	1,1%
Brasil	2.572,3	13,2%	299,7	4,8%	-13,1%
E.U.A.	4.604,9	32,9%	1.140,9	8,6%	69,7%
Países Baixos	2.382,5	1,3%	30,5	4,4%	0,6%
Irlanda	2.185,1	12,2%	237,8	4,1%	21,5%
Itália	1.951,3	20,8%	336,6	3,6%	14,4%
Bélgica	1.084,2	3,1%	32,4	2,0%	4,5%
Outros	12.920,3	26,2%	2.684,2	24,0%	14,0%

No entanto, há uma procura evidente por parte do mercado doméstico, ainda que em 2023 não tenha recuperado os números de 2019, não deixa de ter números mais expressivos do que qualquer outro mercado. O que pode significar motivação nacional para visitar estes pontos de interesse.

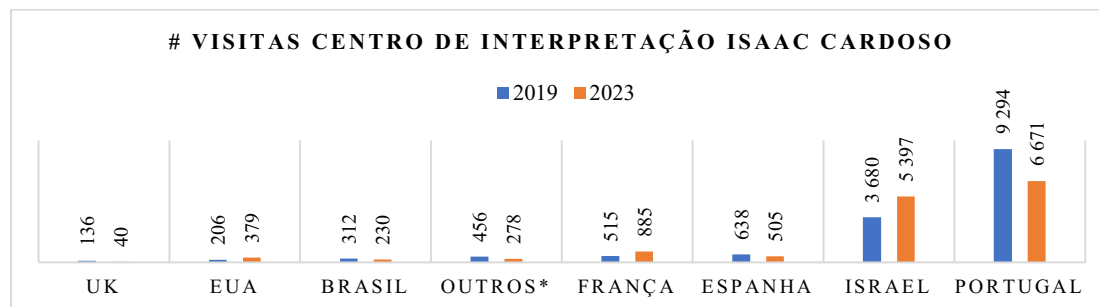
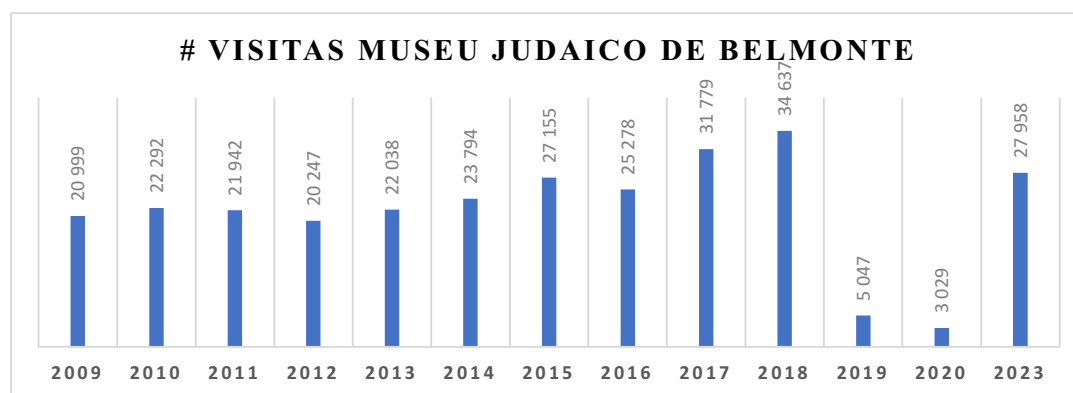


Figura 2 – Nº Visitas Centro de Interpretação da Cultura Judaica Isaac Cardoso

Relativamente à Vila/Aldeia de Belmonte, as estatísticas relativas ao seu POI de maior relevância para a Herança Judaica, o Museu Judaico, teve em 2019 um número total de 28.759 visitantes, um número superior aos visitantes de Trancoso. O município de Belmonte monitoriza apenas os números de visitantes, pelo que não se consegue ter uma perceção dos mercados de origem, em todos os anos, ainda que refiram três mercados predominantes, Espanha, Israel e doméstico. A evolução dos visitantes do Museu desde a sua abertura em 2006, não tem sido constante, tendo picos de maior procura nos anos em que Portugal, de uma forma geral, obteve excelentes resultados nas dormidas. Conforme a Figura 2, pode verificar-se que não existem dados de 2021 e 2022 inclusive, em 2023 as visitas ficaram ainda um pouco abaixo dos números de 2019, o ano de referência de maior número de visitas.

Figura 3 – Evolução do número visitantes Museu Judaico de Belmonte



Em 2023 o município identificou a origem dos visitantes, sendo que dos 27.958 visitantes desse ano, 15.535 provinham de mercados internacionais, dos quais se destacam 8446 de Israel e 3637 dos Estados Unidos (cf. Figura 4).

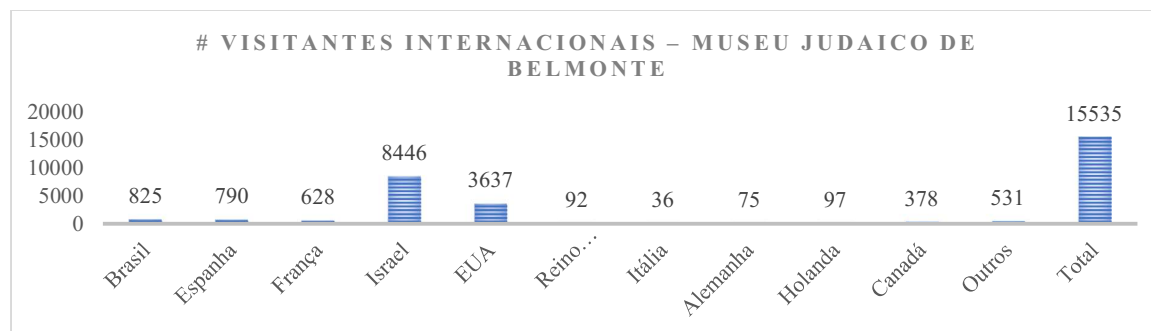


Figura 4 – Número de Visitantes Internacionais – Museu Judaico de Belmonte

2.4 O Turismo em Portugal

Segundo a Organização Mundial do Turismo, cerca de 330 milhões de turistas visitam locais religiosos anualmente, representando 600 milhões de viagens religiosas a nível nacional e internacional, 40 por cento das quais decorrem na Europa.

O crescimento do turismo religioso possui um potencial para impulsionar um desenvolvimento sustentável, criar emprego, desenvolvendo infraestruturas de turismo, estimulando a cultura, o artesanato e a gastronomia local. Deste modo, não só ajuda as comunidades a valorizar a sua singularidade cultural e religiosa como potencia orgulho e pertença e a autoestima. Tudo isto, contribui para um potencial aumento do desenvolvimento económico. (OMT 2016, cito Melgarejo & Lopez 2019)

O trabalho que entidades como o Turismo de Portugal desenvolve, é estruturante para o desenvolvimento dos territórios através dos seus ativos turísticos. Não só recursos que pareçam mais óbvios, mas património que se destaque pelos fluxos que atraem aos territórios.

O TP trabalha a estruturação do Turismo Religioso no âmbito da valorização dos seus territórios, apoiando iniciativas como estruturação e valorização de rotas dos caminhos de santiago, altares marianos ou Herança Judaica. Criou um repositório de informação (Caminhos da Fé) e organizou paulatinamente ações de promoção do território assente nesta motivação, o Património Religioso.

Curiosamente Fátima, foi o início de um trabalho de promoção da Herança Judaica, preconizado através da ACISO, que iniciou em 2012 com a organização de momentos de networking entre profissionais de turismo e da hotelaria mundial. Inicia-se a 2 de novembro o I encontro designado por IWRT. Nesse primeiro workshop abordavam-se questões relacionadas com a necessidade de aumentar a permanência de noites em Fátima pois a associação percecionava que Fátima estava a mudar enquanto destino turístico religioso. Uns anos mais tarde, direcionou-se o evento para o Trade especializado de diversos mercados de origem, colocando assim o evento, e Portugal na rota da promoção turística mundial para o Turismo Religioso.

Em 2018 a ACISO integra pela primeira vez no IWRT, o tema da Herança Judaica, pois pretendia que o turismo religioso fosse tratado em todas as suas vertentes turísticas com significativa expressão em Portugal. Tendo sido o Turismo de Portugal o impulsionador junto

da Associação para que tal acontecesse (ACISO). Esta nova abordagem, significaria aumentar o potencial de atração para uma nova temática dentro do Turismo Religioso, que teria de disponibilizar uma nova oferta. O IWRT criou em parceria com o Município da Guarda, uma extensão do Workshop para que fosse realizado na Guarda, juntamente com uma visita de familiarização a este território. Os participantes internacionais poderiam ter a oportunidade de reunir com a oferta os agentes de turismo dessa região, desde hotelaria, restauração a operadores turísticos. Segundo dados da ACISO relativamente ao número de empresas internacionais inscritas para integrar este Workshop, realizado na Guarda, verificou-se um aumento logo após o primeiro ano, continuando a crescer em anos mais recentes.

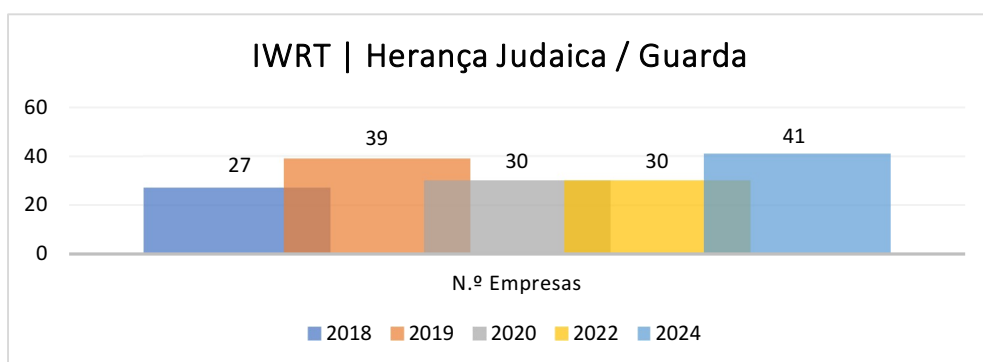


Figura 5 – Evolução do n.º de empresas participantes no IWRT Herança Judaica

O Turismo de Portugal, acompanhando o esforço de valorização por parte dos territórios, desenvolveu ações de promoção mundial com vista à divulgação da herança judaica em Portugal. Iniciou uma promoção integrada, desde a promoção no destino, apoiando visitas de operadores turísticos e imprensa deste segmento ao território nacional, cooperando na organização de workshops direcionados para o turismo religioso, cristão e judaico, até à participação em ações internacionais junto do mercado israelita, como são exemplo a participação na IMTM, em Telavive.

Em 2022 o aumento dos fluxos turísticos provenientes do mercado Israel foi suficientemente expressivo para que houvesse investimento em novas ligações aéreas ao Porto e reforço das frequências existentes para Lisboa. O Turismo de Portugal aumenta investimento para este mercado, tendo tornado Israel um dos seus 10 principais mercados.

A evolução dos números de dormidas e hóspedes é surpreendente, mesmo com o “interregno” de uma pandemia. Em 2019 já se assistia a um número bastante considerável, para um

mercado do Médio Oriente, com quase 140 mil hóspedes, tendo sido imediatamente ultrapassado na recuperação do turismo em 2022 e com novo aumento em 2023, assinalando quase as 190 mil dormidas (cf. figura 6).

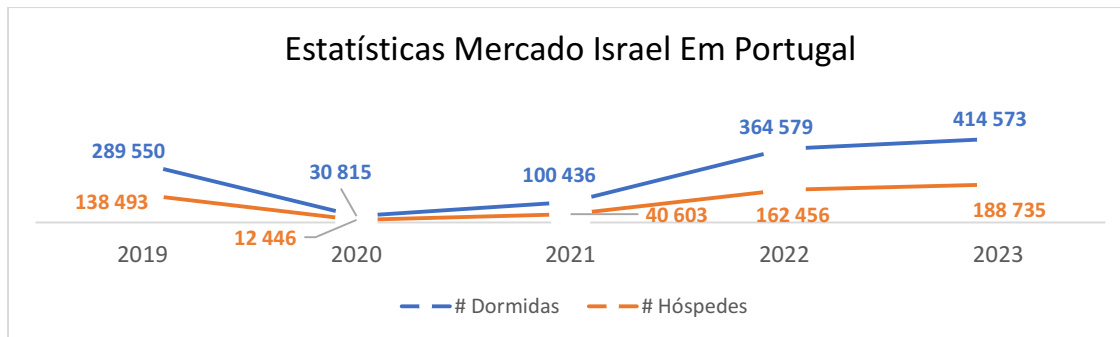


Figura 6 – Dormidas Mercado Israel

Os dados de visitantes fornecidos pelo Turismo de Portugal para o Golfo Pérsico, apresentam os números abaixo (cf. figura 7), onde se verifica uma clara afluência por parte de Israel, em relação aos restantes países da região do golfo.

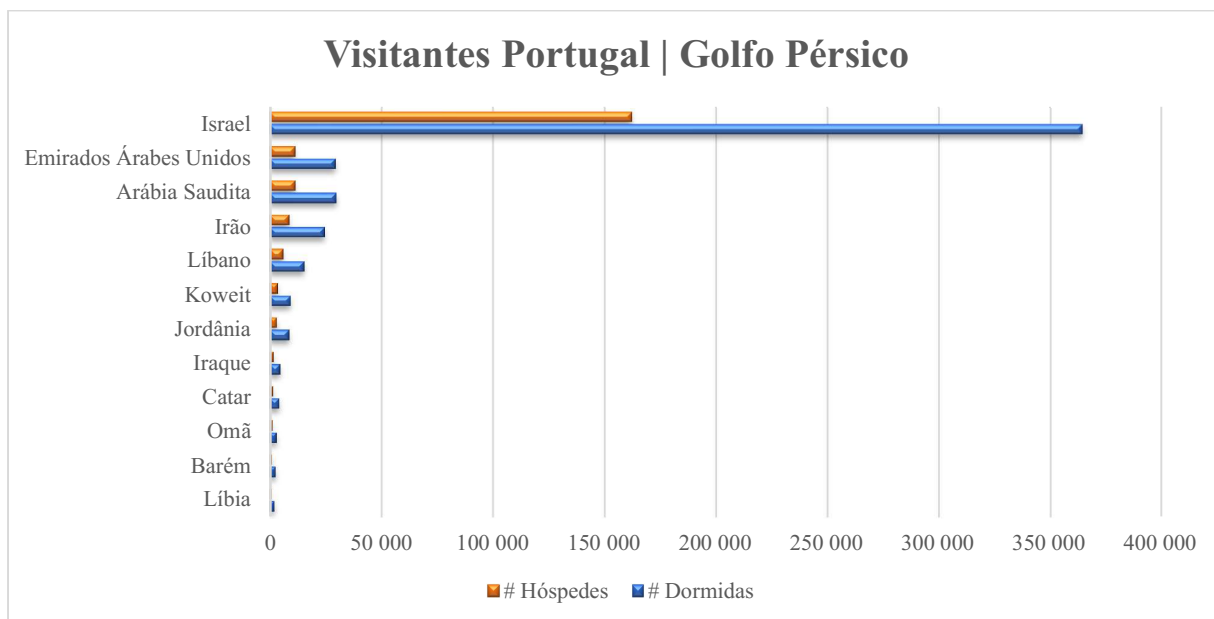


Figura 7 – Dados Visitantes Golfo Pérsico

Face aos números apresentados, a evolução turística por parte do mercado Israel em relação a Portugal é evidente,

Neste capítulo identifica-se o património material e imaterial relativo à herança judaica no território da Beira Interior e faz-se uma abordagem geral sobre o trabalho de promoção turística internacional e os resultados nacionais e regionais dos seus visitantes.

No entanto, a existência de oferta não significa diretamente que exista procura, esta só existe se os elementos da procura são englobados num produto concreto criado para dar resposta a necessidades concretas, objetivas ou subjetivas, dos consumidores turísticos (Cunha, 2006). Considerando esses aspetos, ainda assim, tanto a oferta quanto a procura têm especificidades que obriga aos gestores de destino à definição de estratégias que garantam a inexistência, ou redução de desequilíbrios.

2.5 Produto Turístico

Enquanto definição, o produto turístico

“é um conjunto de elementos materiais e imateriais, como recursos naturais, culturais e turísticos, atrações, facilidades, serviços e atividades centrados numa motivação. Esta, representa o núcleo do marketing mix, criando uma experiência geral ao visitante, que também inclui aspetos emocionais para os potenciais clientes. O produto turístico tem preço e é vendido através de canais de distribuição, tendo igualmente um ciclo de vida” (UNWTO, 2024).

Estas últimas frases são pertinentes para a análise do trabalho de desenvolvimento turístico dos territórios, pois por um lado existe o mapeamento do território, necessário para um conhecimento dos recursos e ofertas, por outro, e complementar a este, a comercialização do território, da sua oferta, produtos, que curiosamente, nem sempre estão em articulação. Mas analisaremos mais adiante no estudo.

Na promoção de uma atividade turística o conhecimento sobre produto turístico é fundamental para que se consiga ter objetividade e direção no âmbito do trabalho. Mas definir Produto Turístico, não é simples nem objetivo.

No que se refere ao turista, uma definição proposta é a que o produto integra toda a experiência desde que sai de casa até que regressa (Middleton, 2009, Cita Medlik and Middleton, 1973), ou seja, um conjunto de elementos, um produto compósito, que não se reduzem à viagem ou ao alojamento.

Por seu lado, Koutoulas (2015) propõe uma definição que assente na diferença entre as necessidades primárias e secundárias do turista, destacando algumas especificidades importantes para o turismo, como a dimensão temporal e espacial do produto. Essas necessidades, independentemente da sua motivação, quando satisfeitas contribuem para o desenvolvimento económico do território e dos seus agentes, e para as satisfazer, o consumidor procura experiências imersivas, pessoais, memoráveis e acima de tudo autênticas (Gilmore, 2007).

Existem várias abordagens ao que consideramos produto turístico qualquer uma será uma forma de analisar o tema, não havendo opções corretas ou erradas, podendo ser inclusivamente complementares.

A capitalização de recursos só faz sentido se articulada com a valorização do património e cultura, se forem contadas narrativas corretas sobre o presente e passado, e se integrarem de forma sustentada todos os intervenientes, os recursos culturais, as infraestruturas, os serviços de turismo e o próprio turismo. O turista, visitante, para ter acesso à cultura e ao património tem de ver satisfeitas necessidades básicas, onde dormir, comer e como se deslocar. As criações dessas infraestruturas, a par da transformação dos recursos em recursos turísticos de fruição, contribuem, quando bem trabalhados, para o desenvolvimento local, não só destinado aos turistas, mas igualmente para os residentes.

3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

Este capítulo propõe-se a apresentar uma visão da estrutura metodológica usada nesta pesquisa, clarificando os métodos práticos que orientam a investigação. Esta seção é fundamental para compreender a recolha dos dados primários e secundários, bem como a sua análise e interpretação, de modo a garantir a confiabilidade dos resultados obtidos.

Serão apresentados os objetivos da pesquisa, indicando as principais questões que orientaram o processo de investigação. Em seguida, serão detalhados os métodos de pesquisa selecionados, com a devida justificação e aplicabilidade para o presente estudo.

Serão igualmente abordadas as estratégias de recolha e análise de dados, com as abordagens quantitativas e qualitativas adotadas.

3.1. Abordagem de Pesquisa

Este estudo pretende validar o impacto do Produto Turístico na preservação do património, nomeadamente o Turismo Judaico enquanto diversificação da oferta turística, tendo como objetivos da investigação: compreender se o turismo e o produto turístico são facilitadores da preservação do património cultural; a relevância da preservação da herança judaica e a sua utilidade no turismo religioso/cultural; e por fim se as atrações turísticas relacionadas com a herança judaica na região são suficientes face à procura.

Com vista a comprovar estes objetivos, optou-se pela recolha de dados primários, através de questionários, de design descritivo ocasional, e entrevistas de profundidade.

No entanto, houve igualmente necessidade de recolher dados secundários através de estudos de caso e dados provenientes de recursos visitados.

3.2. Método de recolha de Dados

Este estudo pretende dar resposta a algumas questões relacionadas com o turismo e o produto turístico. Por um lado, o contributo do produto turístico na preservação do património cultural, e por outro, de uma forma mais específica, pretende igualmente avaliar se a existência de oferta turística é importante para o aumento da procura, nomeadamente motivada pela herança judaica e se estas mesmas atrações turísticas relacionadas com a herança (turismo) judaica na região são suficientes face à procura.

Para analisar estas questões, usaram-se métodos complementares, tendo sido realizada recolha de dados primários e analisados igualmente dados secundários.

Para a recolha de dados primários foram usados dois métodos, qualitativos e quantitativos.

- a) O processo do método quantitativo foi por amostragem não-probabilística, por conveniência, através da realização de um questionário. O questionário pretendia aferir as motivações dos visitantes da Beira Interior, a importância das atrações turísticas e a importância e satisfação das atividades relacionadas com o Turismo Judaico da Beira Interior. O resultado destes indicadores sustentaria o impacto que a motivação pela herança judaica teria nos visitantes, podendo potenciar a criação de nova oferta turística.
- b) Foi igualmente usado o método qualitativo de recolha de dados, tendo-se optado pela realização de entrevistas, três online e uma presencial. A entrevista presencial foi semiestruturada, à Responsável pelo levantamento histórico da Herança Judaica em Trancoso, onde se pretendia aferir a existência de herança judaica e estratégias municipais sobre a temática. A segunda entrevista estruturada foi realizada online, ao Presidente da Comunidade Judaica de Belmonte. Foram colocadas 4 questões de resposta objetiva, onde se pretendia aferir a reação da comunidade ao interesse turístico que a Herança Judaica suscita e a motivação da própria comunidade e do município na criação de produto turístico especializado. A terceira entrevista, semi-estruturada à Coordenadora do Projeto Aldeias Históricas de Portugal, pretendia abordar questões relacionadas com a preservação do património e respetivas ações. E uma última entrevista, a um operador turístico judeu, Isaac Assor para aferir as motivações da procura, mas também se a oferta satisfaz a necessidade dos visitantes.

Dados secundários

Relativamente aos Dados secundários, foram recolhidos dados junto do gabinete de **Marketing e Apoio à Venda do Turismo de Portugal**, para conhecer as ações de promoção turística realizada para este segmento de turismo, bem como os números de dormidas do Mercado Israel em Portugal. Do mesmo modo, foram recolhidos dados no **Município de Belmonte e Trancoso**, relativamente ao número de visitantes nas suas principais atrações turísticas judaicas.

Relativamente aos dados secundários, foram recolhidos dados junto do gabinete de **Marketing e Apoio à Venda do Turismo de Portugal**, para conhecer as ações de promoção turística realizada para este segmento de turismo, bem como os números de dormidas do Mercado Israel em Portugal. Do mesmo modo, foram recolhidos dados no **Município de Belmonte e Trancoso**, relativamente ao número de visitantes nas suas principais atrações turísticas judaicas.

O objetivo na recolha de dados secundários pretendia analisar duas questões, por um lado os números da procura por parte do mercado nacional e internacional, e respetiva evolução, e as estratégias dos territórios que visam analisar o trabalho realizado nos territórios com baixa oferta turística (generalizada).

De uma forma mais detalhada, foram analisados números de visitantes de dois pontos de interesse relacionados com a herança judaica em territórios da Beira Interior, foram igualmente analisados dados sobre as dormidas a nível nacional do mercado Israel, para analisar dados de procura direta com interesse no território nacional e por último foram realizadas quatro entrevistas. Estas entrevistas têm como propósito analisar os recursos sobre a herança judaica de um município, a opinião de um líder de comunidade judaica, para aferir o interesse da comunidade perante a exploração da temática judaica por parte do turismo. Realizou-se uma terceira entrevista a um responsável por projetos de desenvolvimento local, para aferir como é trabalhada a promoção de um território, e, por último, uma análise à motivação dos mercados externos e como avaliam a oferta existente no território da Beira Interior, através de entrevistas a um operador turístico.

Limitações ao estudo

Existe uma limitação na análise, na medida em que a generalização das respostas é limitada pela amostra. Por outro lado, ainda que se entendia importante a recolha de dados no universo dos respondentes ao inquérito realizado, nível nacional, era importante obter dados locais, com questionários presenciais a visitantes das atrações turísticas judaicas. Deveria igualmente realizar-se um estudo longitudinal, com replicação ao longo dos meses e até ano, para abranger épocas distintas, no entanto o interregno da pandemia e a recente guerra em Israel, não ajudaria a compreender os dados. Poderia realizar-se um estudo mais aprofundado junto das restantes comunidades judaicas nacionais e respetivos decisores políticos das autarquias.

3.3 Análise dos dados

Dados primários

No âmbito da recolha de dados primários, realizou-se, assim, um **questionário**, não presencial (online), durante 23 dias, do dia 7 ao dia 30 de março, sendo constituído por um total de 19 questões, sendo 17 de resposta fechada e 2 de resposta aberta. O questionário teve um total de 162 respostas.

Era importante colocar várias questões que pudessem dar resposta à investigação. Pretendia-se em primeira instância analisar os fluxos de deslocação à beira interior, que confirmada esta, se pudesse analisar as motivações e conhecimento. Assim, consideraram-se as seguintes questões estruturais relativamente à visita à região da Beira Interior:

1. Frequência de visita
2. Importância de diferentes motivações
3. Importância atribuída a determinadas atividades
4. Satisfação em relação a determinadas atividades
5. Conhecimento sobre atrações e recursos turísticos relativos à Herança Judaica
6. Que outras atrações relacionadas com o Turismo Judaico poderiam ser criadas
(resposta aberta)

Foram realizadas amostras estatísticas de frequência de médias, regressão linear múltipla, descrição e testes de diferença de média, sustentada pela consistência de confiabilidade do Alpha de Cronbach. Para as respostas abertas, usou-se um método qualitativo de análise de conteúdo por associação entre objetos, após a qual foi criada uma tabela, transformada em Imagem.

3.4 Resultados

A primeira questão pretendia identificar a frequência com que os respondentes visitam a Beira Interior. Conforme se apresenta na figura 8, dos respondentes que visitaram a Beira Interior, 54,9% das pessoas já a visitou mais de 3 vezes, e 48% maioritariamente com a família (cf. Figura 8)

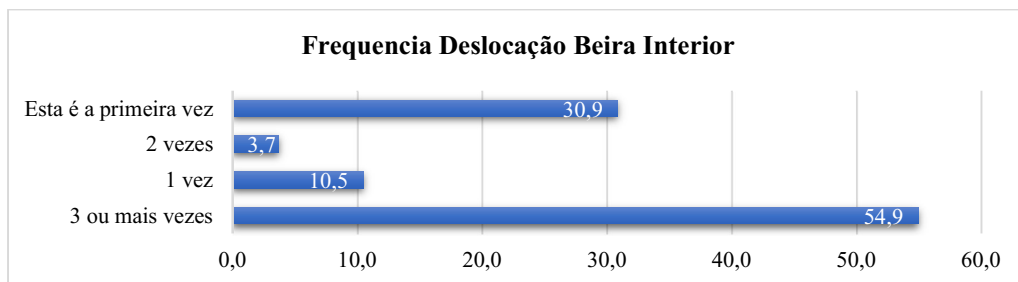


Figura 8 - Frequência de visita a Beira Interior

Quando questionados sobre as suas motivações relativamente à sua visita a Beira Interior 38% dos respondentes indicaram a natureza e aventura. São dois indicadores num só, porém a verdade é que quem procura natureza, nem sempre procura aventura, mas talvez antes o bem-estar, o descanso. Ideia sustentada pela Importância atribuída ao Termalismo, Gastronomia e Património cultural que detêm 35% (cf. Figura 9).

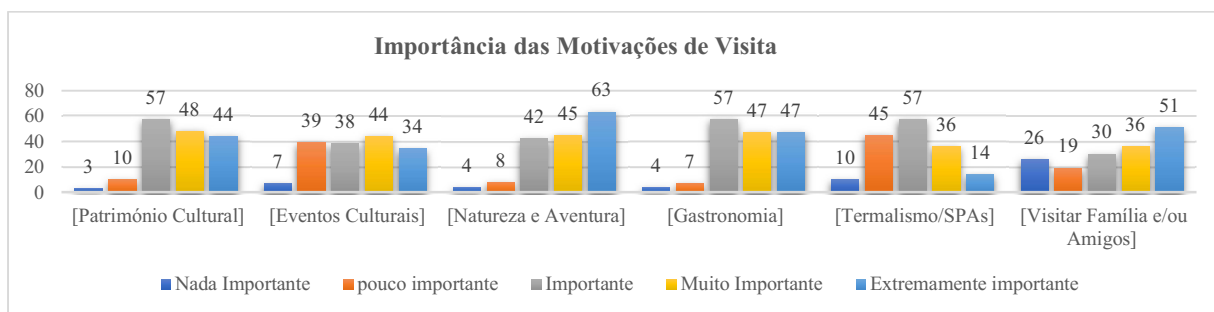


Figura 9 - Importância das Motivações de Visita

Quando questionados sobre o seu nível de satisfação relativamente à sua visita a esta região, 32% dos respondentes estão extremamente satisfeitos com a mesma, sendo que 52% estão satisfeitos ou muito satisfeitos (cf. figura 10).

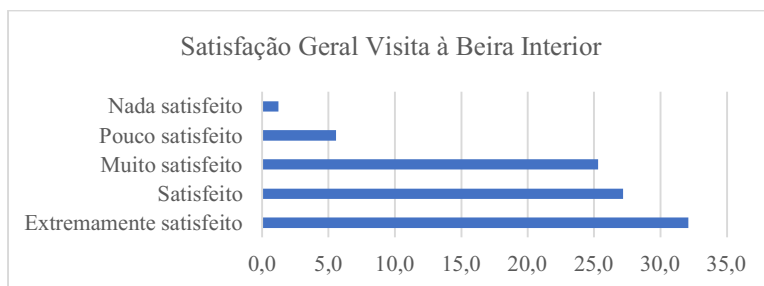


Figura 10 - Satisfação Geral Visita à Beira Interior

No seguimento desta questão, pretendia-se igualmente conhecer o grau de satisfação relativamente às atrações turísticas visitadas, e verificou-se que 42,6% dos inquiridos estão satisfeitos com as atrações visitadas, sendo que 29,6% estão igualmente satisfeitos com o Alojamento e 28,4% Extremamente satisfeitos com a experiência na restauração (cf. figura 10). Este resultado foi validado através da análise de confiabilidade, **muito Boa**, da escala Alpha de Cronbach de 0,906, abaixo (figura 11).

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach com base em itens padronizados	N de itens
,906	,906	14

Figura 11 – Estatísticas de confiabilidade (alfa de cronbach)

Além desta análise, pretendia-se cruzar a Influência dos atributos na Satisfação Geral, tendo para o efeito sido realizada uma análise por Regressão Linear Múltipla que obteve um resultado de 73,3% da satisfação geral, explicada por duas variáveis, a restauração (0,506) e as atrações (0,359). (cf. figura 12).

Coefficientes^a

Modelo		Coefficientes não padronizados		Coefficientes padronizados Beta	t	Sig.
		B	Erro Erro			
1	(Constante)	,374	,246		1,521	,132
	13-Satisf sobre [experiencia turismo judaico], na visita à BI	-,078	,070	-,072	-1,108	,271
	13-Satisf sobre [alojamento], na visita à BI	,142	,086	,137	1,646	,103
	13-Satisf sobre [restauração], na visita à BI	,506	,083	,521	6,101	,000
	13-Satisf sobre [atrações], na visita à BI	,359	,077	,344	4,659	,000

a. Variável Dependente: 13-Satisf sobre [viagem geral], na visita à BI

Figura 12 - Influencia Nos Atributos de Satisfação Geral

Depois de inquiridos sobre as suas motivações, a questão seguinte pretendia identificar o Conhecimento dos respondentes sobre os POI, atrações e recursos turísticos, relativos à Herança Judaica. Verificou-se que **49% dos respondentes** conhece mais do que um local com Herança judaica e **25%** conhecem todos. Os centros históricos das Aldeias Históricas destacam-se com **67,9%** de respondentes que conhecem e visitaram, sendo nas restantes

atrações, as percentagens mais elevadas indicam que os respondentes as desconhecem (cf. Figura 13).

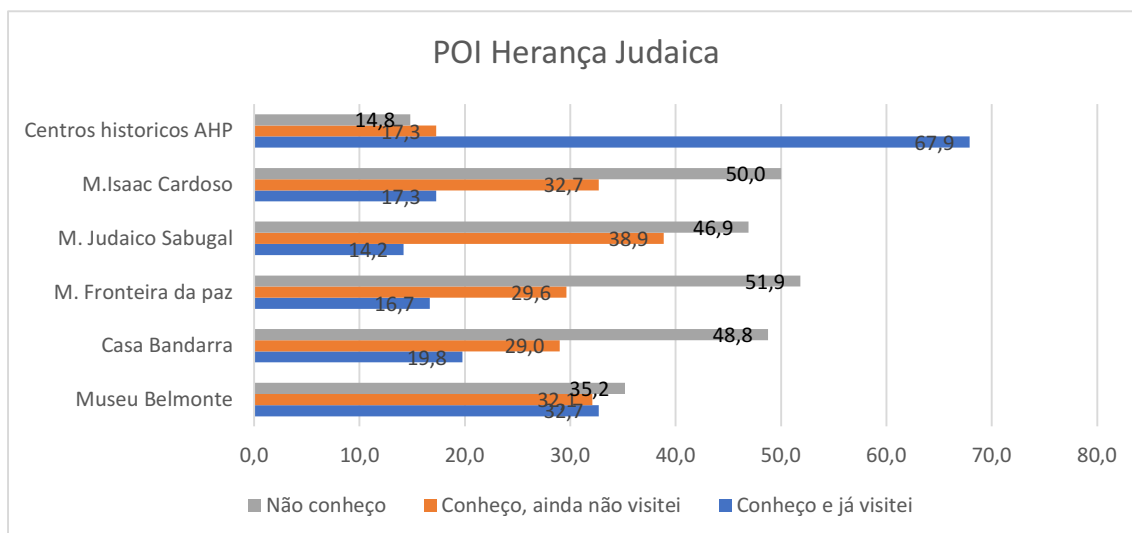


Figura 13 - Nível de Conhecimento dos POI de Herança Judaica

Na pergunta cuja análise de indica abaixo, pretendia-se conhecer a opinião dos respondentes sobre outras atrações relacionadas com o Turismo Judaico que poderiam ser criadas. A pergunta era de resposta aberta com vista a obter ideias provenientes das experiências dos inquiridos em diferentes produtos turísticos. Obtiveram-se apenas 58 respostas, algumas com múltiplos contributos. Esta resposta foi resumida, e realizada uma análise de conteúdo, transformada em gráfico, que resulta em 26% das sugestões centrarem-se nas visitas com personagens, encenadas, e 21% em percursos históricos; e ainda a importância de criação de mais centros interpretativos com uma percentagem de 16% (cf. figura 14).

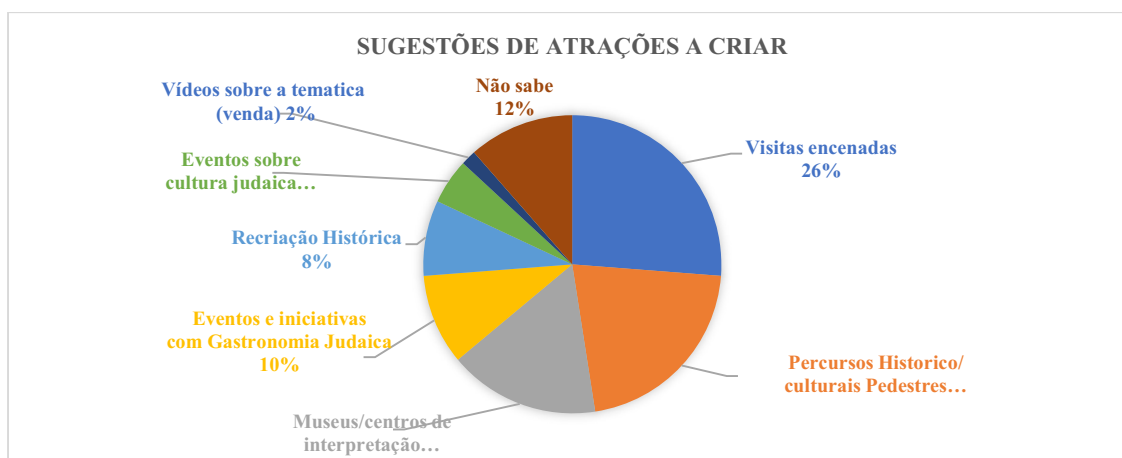


Figura 14 - Sugestões de Atrações a Criar

Após este levantamento de motivações, satisfação e importância de indicadores definidos, foram analisados outros indicadores que pretendiam aferir o impacto dos resultados das questões enunciadas na análise dos resultados e respetivas conclusões.

Analisou-se, assim, uma questão relativa à intenção de voltar e recomendar uma visita. Estes dados foram analisados numa Imagem radial onde se verifica que Intenção de voltar está proporcionalmente equilibrada com a intenção de Recomendar (56,2 vs 54,9%) (cf. Figura 514).

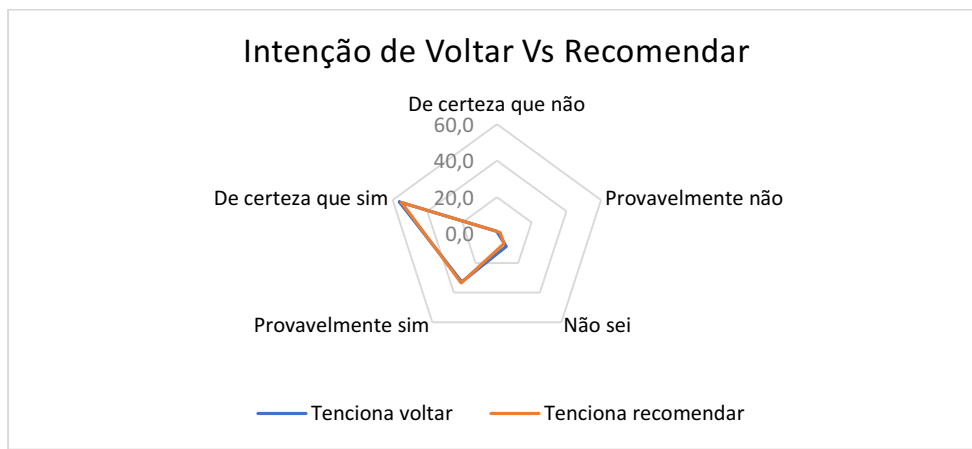


Figura 15 - Intenção de Voltar vs Sugerir a Visita à Região da Beira Interior

Com base nos resultados obtidos, pretendeu-se compreender igualmente o impacto dos atributos na Satisfação Geral, pelo que se realizou uma análise de indicadores de satisfação face a variáveis dependentes. A satisfação geral é explicada nestas duas variáveis, com uma correlação moderada: intenção de voltar (0,488) e intenção de recomendar (0,478). Obtendo um R² (média de 13%) com baixo impacto das variáveis independentes na variável dependente (cf. figura 16).

Resumo do modelo

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa
1	,368 ^a	,136	,130	,938

a. Preditores: (Constante), 14-Tenciona recomendar, com base na sua experiência

Figura 16 – Análise R

A complementar esta abordagem, analisou-se o índice de satisfação em comparação com o índice de importância através de um Imagem de radar que indica que o índice de satisfação é superior ao índice de importância, ainda que a sua relação seja aproximada. (cf. figura 16)

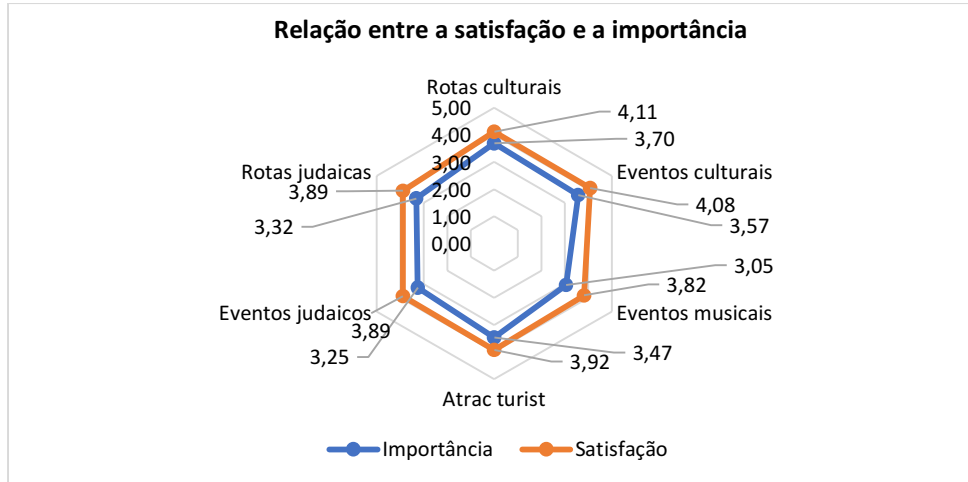


Figura 17 - Relação Entre a Satisfação e a Importância

Pretendia-se igualmente ter a percepção de quais os atributos âncora, e quais os atributos que carecem de monitorização. Realizou-se, assim, a uma análise por matriz IPA onde se identificam nos dois tipos de atributos, os **atributos âncora** (alta I e alta S): eventos culturais e rotas culturais e os **atributos a monitorizar**, turismo judaico; atrações turísticas e eventos musicais. (cf figura 17)

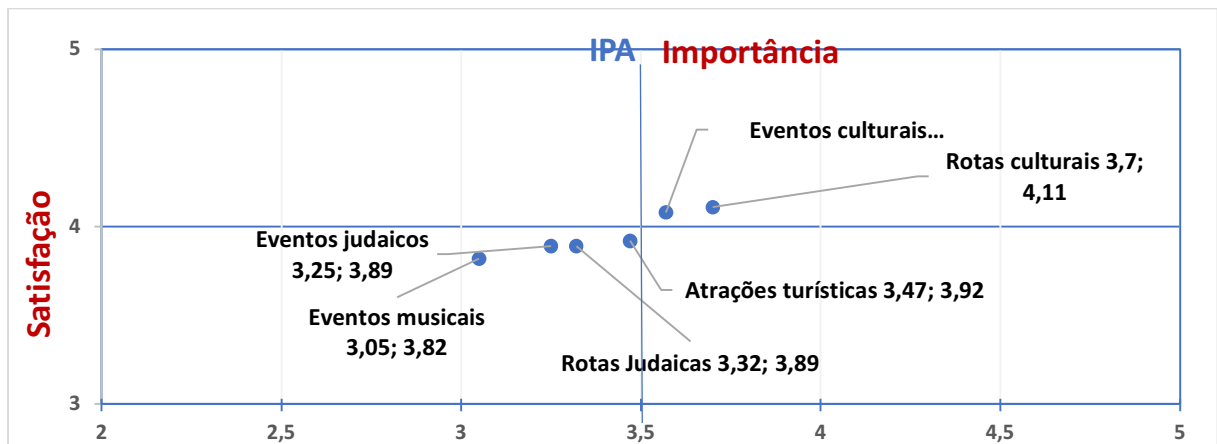


Figura 18 - Matriz IPA

Para finalizar foram colocadas questões de carácter demográfico, com vista a determinar o perfil geral dos respondentes. Deste modo, a questão da faixa etária identificou que 69% dos respondentes situa-se entre os 36 e os 55 anos, sendo 160 de nacionalidade portuguesa e 2 de nacionalidade francesa. Um total de 76% dos respondentes possui estudos superiores (Licenciatura, Mestrado ou Doutoramento). Dos 162 respondentes, 97 são do género feminino e 65 masculino. De notar que 24% dos respondentes possui escolaridade ao nível do ensino pré-universitário e os restantes 76% possuem escolaridade superior (licenciatura, mestrado ou doutoramento). Ainda que quase todos os respondentes tenham visitado a Beira Interior, estabelece-se aqui um perfil a trabalhar pela operação turística desta região para este segmento. Estes resultados encontram-se expressos nas figuras 19, 20, 21.

Figura 19 - Dados Demográficos – Idade

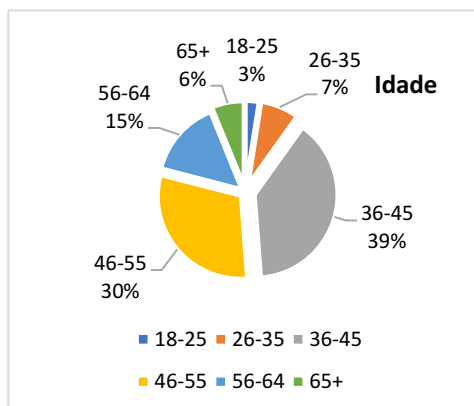


Figura 20- Dados Demográficos – Formação académica

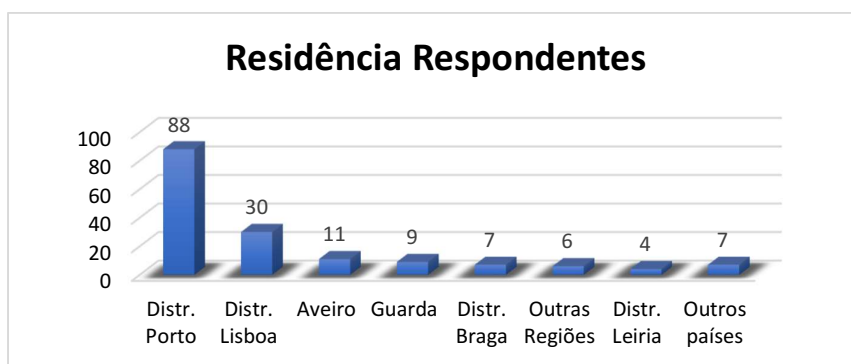
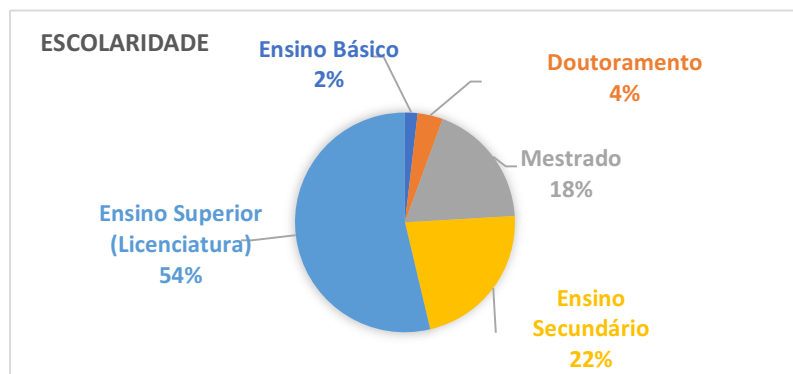


Figura 21 - Dados Demográficos – Residência

Dados secundários: Entrevistas

A complementar a análise quantitativa dos dados, foram realizadas quatro entrevistas, duas presenciais, uma online e outra foi enviada por correio eletrónico.

As entrevistas foram estruturadas, ainda que só uma das entrevistas tenha tido respostas objetivas às questões.

As entrevistas tinham objetivos de análise concretos:

- Aferir a oferta existente no território e eventual manifestação de necessidade de existir mais, por parte do território;
- Compreender as motivações da procura e se a oferta é suficiente para a satisfazer;
- Conhecer as estratégias regionais/locais com vista a explicar o trabalho necessário para uma estruturação de produto eficaz

A primeira entrevista realizada, foi ao presidente da Comunidade Judaica em Belmonte, Pedro Diogo. Esta entrevista tinha como objetivo escutar um líder de uma comunidade, a única ativa na Beira Interior, perceber a sua opinião quanto ao interesse que a comunidade tem por parte de curiosos e a turistificação da herança que preservam aos dias de hoje.

O Presidente da Comunidade Judaica refere que a comunidade vê com interesse os visitantes com motivações judaicas, judeus e não judeus. Refere igualmente que esta comunidade tem comerciantes que criaram recursos turísticos para acompanhar a procura, criando essencialmente lojas de produtos kosher, apostando na produção de produtos Kosher. Segundo o Turismo de Belmonte, há cerca de 15 anos em Belmonte o rabino na altura foi pioneiro nos produtos Kosher em Belmonte, o que resulta na dinâmica que se tem vindo a presenciar. Do mesmo modo, num outro município de proximidade (Figueira de Castelo Rodrigo), também com uma marcada história judaica, criou um vinho kosher, sob a avaliação do rabino desta comunidade, tendo Certificação Kosher.

O presidente, considera ainda que o turista judeu que procura conhecer esta comunidade tem interesse em compreender como resistiram, o que suscita curiosidade em conhecer a história da Comunidade Judaica de Belmonte. Questionado sobre o que poderia ser feito em termos de turismo judaico, ou o que poderia ser criado que ajudasse a comunidade e ao mesmo tempo servisse os visitantes, respondeu que apesar de existir turismo judaico em Belmonte e uma

comunidade, poderia haver ainda maior fluxo, se a restauração e hotelaria estivessem mais preparados para as características necessárias à cultura judaica e alimentação kashrut.

A segunda entrevista realizada tinha como objetivo conhecer a oferta e a história relacionada com a Herança Judaica de outro Município da Beira Interior, tendo sido realizada uma entrevista presencial à responsável, à data, pela investigação do Turismo Judaico no Município de Trancoso.

Foram colocadas questões relacionadas com a procura e respetivas motivações na visita ao município e sobre a existência de **oferta** turística organizada. Procurou perceber-se também o que originou a criação de oferta turística e se haveria intenções de serem realizados novos investimentos.

Relativamente à **procura**, referiu que já existe uma frequência de visita por parte de alguns grupos à aldeia histórica, com incidência na herança judaica, principalmente um turismo emocional por parte de descendentes que procuram as suas raízes. Uma motivação não exclusivamente cultural ou religiosa por parte de pessoas que, não praticando o culto, têm curiosidade em conhecer a história judaica em Trancoso.

Considerando a oferta existente dentro de muros, Trancoso é visitado por um turista comum que procura o Centro Histórico, o castelo, Moreira de Rei e a sua maior necrópole de sepulturas antropomórficas e também a Casa Bandarra e o Museu Isaac Cardoso, financiado inclusivamente pelo EEA Grants.

Quando a Rede de Judiarias iniciou a promoção diretamente no mercado Israel, verificaram um aumento dos grupos provenientes do mercado, e igualmente boa afluência dos mercados Brasil, Espanha, França e Bélgica. Os grupos que visitam têm interesse pelo turismo religioso muito em parte pela existência da sinagoga ecuménica que foi criada para dar apoio aos grupos que pretendem praticar o seu culto, mediante solicitação. Este facto aumenta o interesse por parte dos visitantes pois é possível ver a estrutura de uma sinagoga, que de outra forma não se conseguiria, pois, com frequência, nas comunidades ativas a Sinagoga é exclusiva para a prática do culto.

Outra motivação de visita é a procura pelas raízes, um turismo emocional, pois muitos dos judeus das Beiras fugiram para todo o mundo, estando documentado em diferentes registos. É

do conhecimento, inclusivamente, que a Sinagoga de Amesterdão no século XVII, foi fundada por judeus da Beira Interior.

Contextualiza ainda um pouco da **história da Comunidade Judaica que habitou Trancoso**, para se compreender a existência de herança judaica e respetiva oferta.

Belmonte tem uma comunidade viva marrana, os processos de inquisição demonstram isso mesmo, mas a identidade foi muito fustigada. Em Trancoso existiu uma comunidade judaica com cerca de 700 judeus, uma comunidade maior do que a Guarda, e uma comuna, mais pequena em Alverca da Beira. Esta comunidade é mencionada em cartas régias de D. Pedro I como tendo alguma notoriedade. Antes da inquisição, em 1497 cerca de 150 famílias fugiram e os que permaneceram no território converteram-se em Cripto-judeus, Cristão-Novos.

Nas comunidades judaicas, as tradições, orações, celebrações, são transmitidas pelas mulheres, pelo que quando alguém era apanhado (reconhecido como Judeu), normalmente toda a família era detida.

Em Trancoso havia judeus muito abastados ao ponto de Filipe III questionar onde “*param os bens dos judeus de Trancoso*”. É conhecida uma família que tinha um negócio em Trancoso (Nunes Carvalho) cujo patriarca parte escondido para Amesterdão, deixando mulher e filhos. A esposa muda-se para o Porto, e um dos filhos acaba por falecer, sendo sepultado junto ao convento de S. Francisco de Trancoso, pois os Franciscanos de Trancoso ajudaram os cristãos-novos. Quando em 1583 a inquisição entra em Trancoso, foi devastador para a comunidade. Há registo de 589 processos de inquisição no Museu Isaac Cardoso, e na sua maioria judeus com posses, terrenos, vários negócios e muitos viviam dos próprios rendimentos.

Com base na história e herança existente, questionou-se sobre o histórico da criação dos diferentes recursos direcionados para a herança judaica.

A existência destes recursos remonta ao trabalho realizado pelo trio de trabalho, Belmonte, Castelo de Vide e Trancoso, onde se realizou um trabalho de preservação da história e do património judaico, fundamental para o levantamento genealógico dos judeus da Beira Interior. Este trabalho deu origem aos processos atuais de atribuição de nacionalidade a judeus, o que contribuiu para o aumento da visita na Beira Interior por parte dos descendentes. A Sinagoga construída dentro do Museu Isaac Cardoso, ganhou prémios de

arquitetura. O objetivo deste espaço museológico é o de transmitir a época em que os judeus eram felizes em Trancoso e fazer desta experiência um momento de paz, Shalom.

Ainda que o município trabalhe para enriquecer o seu património neste segmento do património judaico, refere não haver animação turística que acompanhe os recursos existentes, sendo a única oferta existente a do município.

Foi realizada uma terceira entrevista à coordenadora da Rede das Aldeias Históricas de Portugal, Dalila Dias, uma rede que atua em 22 municípios, 10 dos quais com Aldeias Históricas e património judaico. O objetivo desta entrevista centra-se na procura de respostas quanto à **importância do planeamento e estruturação estratégica de um território** nos números de visitação e criação de oferta. Trata-se de uma entrevista estruturada, com respostas objetivas no âmbito da estratégia das Aldeias Históricas (AHP).

Anteriormente no estudo, apresentou-se o trabalho realizado desde a sua génese. Tratando-se de um projeto financiado através de candidaturas a fundos europeus, tem em permanência uma estratégia bem definida a longo prazo.

Assim, na entrevista iniciamos por abordar os objetivos do trabalho desenvolvido pelas AHP. À data, 2024, estão a dar continuidade do trabalho iniciado em 2016, com foco em sustentabilidade e inovação.

Antes da pandemia trabalhavam para introduzir áreas económicas convergentes com os atributos territoriais, porém a pandemia veio adiantar outras prioridades, como a necessidade de diversificar a atividade económica das redes agrárias históricas de Portugal para cortar com a dependência numa área de negócio (como o turismo). Desta forma as áreas de especialização são a inovação ligada ao território rural, às indústrias culturais e criativas, desenvolvimento de aldeias históricas sustentáveis e inteligentes. Complementarmente, a gestão destes territórios enfrenta outros desafios para a estratégia 2030: a mudança demográfica. Aproveitar para equilibrar a demografia com a migração e tornar as aldeias mais socialmente ativas.

Para a estratégia 2030, as AHP assumem quatro eixos de especialização inteligente: Turismo sustentável, reforço do posicionamento da AHP como destino turístico sustentável); indústrias culturais e criativas, promoção da rede AHP como centro cultural criativo que valorize e promova os ativos únicos e saber-fazer tradicional; agricultura sustentável e biodiversidade,

revitalização da economia agrícola, pecuária e florestal com impacto na proteção e valorização dos ecossistemas rurais; reabilitação e construção sustentável; Afirmar a AHP como polo de conhecimento e especialização no domínio da intervenção urbana inovadora .

Para além da preservação urbana que está em curso, motivada igualmente pelo projeto de classificação das aldeias como Monumento nacional e depois Património da Humanidade, existe igualmente um referencial estratégico relacionado com as dinâmicas instaladas nas aldeias, estímulo ao empreendedorismo, as dinâmicas relacionadas com a comunidade, as dinâmicas relacionadas com a atratividade de atividades relacionadas com programas de animação. Porém, há um fator que está bastante presente, a mobilidade nas aldeias, com vista não só à preservação física dos espaços, mas também à tranquilidade de quem a visita e aí reside. A criação de infraestruturas de apoio à mobilidade e um projeto piloto de carros elétricos disponíveis em Castelo Novo, trouxeram conforto à vida dos habitantes com menor mobilidade.

Em termos de iniciativa privada, tem havido um forte investimento fruto da confiança que a marca construiu e que conseguiu alcançar nos últimos anos, mesmo com pandemia. **Foi colocada uma questão relacionada com o ciclo de animação criado com as Aldeias em Festa. Tendo sido estas iniciativas criadas como um meio de preservação da identidade, se houve uma preocupação de, através deste ciclo de eventos, manter as experiências criadas ao longo do ano com os mesmos agentes.** Refere não ser fácil, principalmente pela população idosa que concretizava o saber-fazer. Porém, diferentes agentes económicos demonstram interesse, nomeadamente o poder local, o alojamento que já olha para a aldeia sem ser apenas pela dormida. E neste sentido as AHP têm apoiado para que se fixem postos de trabalho, junto destas artes do saber-fazer agrolimentar e artesanais. Tem igualmente criado parcerias com universidades e ordens profissionais para incentivar a formação de jovens em áreas especializadas, visando suprir a falta de mão de obra qualificada.

Em relação à herança Judaica, considerando que a sede das AHP é em Belmonte, refere que as aldeias históricas são repositório de diversas heranças culturais, que se consegue identificar a existência dessa multiculturalidade na rede e em específico em cada uma delas. Belmonte é o caso mais emblemático em que efetivamente a evidência do judaísmo é muito mais meritória do que qualquer outra aldeia no território da Rede. Dentro desta narrativa, as AHP integram os elementos relacionados com o património judaico e a herança judaica como

elemento diferenciador também, no entanto, não exclusivamente, considerando que existe uma entidade específica para o efeito.

Atualmente, caminham com uma dualidade: a evolução das aldeias para não estancarem no tempo, mas mantendo a identidade. E este é um desafio, por via da necessidade de se encontrar caminhos alternativos à ausência de políticas públicas.

Em suma, na preservação do património material e imaterial nas aldeias, são utilizados instrumentos como as áreas de reabilitação urbana e operações de reabilitação urbana. Foi igualmente criado um plano de gestão que estabelece diretrizes para a preservação das aldeias históricas, cujo impacto nas comunidades inclui a melhoria da qualidade de vida, estímulo ao empreendedorismo e dinamização do espaço público. Também foram criados projetos para a preservação da herança judaica, como a incorporação desses elementos na narrativa das aldeias históricas. No entanto, reconhece-se a necessidade de mais estruturação e investimento para promover essa temática de forma mais efetiva.

A última entrevista realizada presencialmente, pretendia ser semi-estruturada, mas tornou-se numa entrevista aberta, fruto da conversa e dos contributos em diferentes domínios que o entrevistador partilhava.

Assim, e alinhando com o inquérito realizado, foi realizada ao responsável por um Operador Turístico a Alegrotur que trabalha quase exclusivamente o mercado judaico, Isaac Assor. Sedeada em Lisboa, mas fruto da dupla nacionalidade e da sua anterior ligação a uma Companhia de Aviação Israelita, Isaac tem contactos de longa data com Israel e as comunidades de todo o mundo. Trabalha com Israel, mas com sólidas relações com os Estados Unidos, mercado este que tem ajudado a que o negócio não se ressinta atualmente fruto do conflito Israel-Palestina. Uma nota a esta entrevista, para ser presencial, aproveitando a deslocação de Isaac ao Porto, foi realizada ao almoço de uma sexta-feira, com o tempo limitado, para não ultrapassar o horário do Shabat que Isaac, enquanto judeu, cumpre.

A entrevista tinha dois objetivos: analisar a motivação da procura de fora para dentro do país, as suas motivações e se na qualidade de operador turístico sente necessidade de maior oferta

Isaac começou por descrever a oferta existente no país, principalmente no Porto, referindo que existe conteúdo patrimonial visível, e conteúdo turístico para que depois seja contada a

história dos judeus. Nomeadamente as sinagogas do Porto, Belmonte, Lisboa e Algarve, que apoiam as estórias sobre esta grande comunidade mundial.

Refere que é importante haver conteúdo, e que em Portugal existe bastante para ser apresentado, porque apesar de não ter evidência física, tem história. Porém uma programação turística, não pode abranger tudo o que existe, porque o turista que vem a Portugal quer conjugar a componente histórica de Portugal e a judaica. Dá o exemplo de Bragança que tem uma herança histórica fantástica, mas para conjugar com um visitante que entra pelos aeroportos do Porto ou Lisboa é mais complexo, pela distância. Tem de fazer sentido a jornada da visita.

Refere ainda que os grupos com motivação judaica, não se esgotam no turismo judaico. Fazem atividades e visitas culturais gerais e, se coincidir, podem fazer uma visita a uma sinagoga e rezar. Os turistas que vêm a Portugal, vêm essencialmente para conhecer as suas raízes, a sua história e não especificamente para praticar o culto em local próprio.

Foi questionado relativamente à oferta existente e, uma vez que na sua opinião é suficiente, o que mais poderia ser necessário fazer principalmente na Beira Interior, onde existe maior concentração de herança judaica junto às regiões de fronteira.

Referiu que sendo a Herança Judaica um produto, porque assumidamente o é, a questão que se coloca é como é que se pode fazer para que esse produto se concretize mais e seja mais estável. O ideal, obviamente, seria ter sinagogas em todo o lado, mas não as há. Não há em qualquer local restaurante, ou comida israelita, comida kosher. Ou seja, não sendo criadas estas evidências físicas, de apoio, as pessoas têm que investir em algo fundamental, formação. Formação dos hoteleiros, dos guias.

Faz referência ao facto de se pensar que a alimentação kashrut é limitativa, mas não o é, pois em casos muito específicos pode ser conseguida. Mas refere que em 2023 tiveram 200 grupos de Judeus e apenas 30 precisaram de ter alimentação kosher. O que é pouco significativo para as operações.

Referiu que foi lançado recentemente um livro sobre os Judeus em Portugal e que foram convidados diversos agentes de turismo, e não apareceu nem um guia turístico. As pessoas não valorizam a formação nesta temática e depois contam o pouco que sabem aos seus clientes.

Enquanto judeu, naturalmente que pretende que se fale da história verdadeira, de tudo o que aconteceu. Refere que o Massacre de 1506, nem nos currículos escolares existe, ninguém fala disso, pelo que a formação é essencial. Contar a ligação de Portugal e Espanha e falar também sobre Espanha, origem de muitas das nossas comunidades.

Refere ser necessário fazer uma desmistificação dos problemas que se diz que este produto tem, é necessário saber contar a história verdadeira. Não se inventar.

Relativamente a Espanha, referiu-se que Rotas de Sefarad em Espanha estão bem desenvolvidas, é um bom exemplo de como o storytelling funciona bem, em locais onde a Rota não tem património judaico.

Refere a necessidade de se desenvolver uma atividade social, conhecer as judiarias, as comunidades e ter manifestações sociais, históricas, culturais: um filme, uma dança, música. E que o papel da rede das judiarias é importante. Tem de se envolver a comunidade, pois esta gosta de contar histórias.

Mas a criação de um planeamento e de atividades tem de partir das câmaras, com o apoio da população.

A mensagem mais clara é a de formação para os municípios, guias, hoteleiros, para estarem mais bem preparados para divulgar a história.

4. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

O turismo tem-se tornado cada vez mais uma ferramenta indispensável de recuperação e desenvolvimento económico. Apesar de ocorrerem retrações ao turismo ao longo dos tempos, provocados por diversos fatores, crises económicas mundiais, instabilidade política, crises sanitárias, ou como os mais recentes conflitos, o turismo tem-se desenvolvido positivamente, conseguindo superar os seus números, ano após ano.

O trabalho realizado no desenvolvimento económico dos territórios, principalmente de baixa densidade e em Portugal, é moroso e carece de maior planeamento e ação promocional para se conseguir consistência nos resultados. As AHP deixam uma mensagem clara sobre o papel que a estratégia e planeamento desempenha no desenvolvimento turístico de um destino, tendo-se verificado neste estudo que a existência de recursos patrimoniais e recursos turísticos não é evidência suficiente de atração de fluxos turísticos.

No questionário realizado para este estudo, o mesmo foi aplicado num momento em que não havia possibilidade de realizar o questionário presencialmente, para melhor aferir motivações, tendo sido realizado online. Face aos números analisados, os resultados não seriam, eventualmente, muito diferentes caso fossem aplicados aos visitantes de algum POI ou mesmo a nível internacional. Pelos números de visitantes de alguns mercados, a visita seria maioritariamente casuística e não intencional.

Nos resultados ao inquérito aplicado, que se centrava na oferta relativa à Herança Judaica da região da Beira Interior, percebe-se que o mercado nacional continua a ser mais expressivo do que qualquer outro mercado internacional, percebendo-se a existência de motivação ou simples curiosidade por parte dos portugueses. Foram levantados os números de visitantes registados pelos POI relativos à Herança Judaica de Belmonte e Trancoso, e o número maior de visitantes é nacional. No entanto, não existe um grande conhecimento sobre a herança judaica, em específico, sendo os pontos de interesse mais conhecidos as Aldeias Históricas de Portugal. Ou seja, são dados contraditórios que eventualmente reflete a escassa oferta do território, e que questiona se será verdadeiramente uma motivação pela Herança Judaica ou a visitação e é indiferente da temática? Carecia de uma análise das motivações junto aos POI e por um período mais alargado.

Com este estudo é possível perceber a riqueza patrimonial (material e imaterial) existente no âmbito do património judaico num território como a Beira Interior. Foram enumerados

alguns dos recursos existentes e foi possível perceber, através da entrevista em Trancoso, e de outras conversas não registradas, da existência de um vasto espólio documental ainda por trabalhar, que poderão, ainda, servir de apoio a mais recursos informativos. O património judaico tem vindo a ser potenciador de criação de recursos turísticos, maioritariamente pelos municípios. Desde a data de início da presente investigação até à criação do artigo, foi criado mais um centro interpretativo numa vila da Beira Interior, Figueira de Castelo Rodrigo. Não tendo um espólio patrimonial tão rico quanto Trancoso, o município sentiu necessidade de agrupar a sua informação e apresentá-la para visita, considerando o valor da comunidade e dos judeus que ali viveram. Ou seja, paulatinamente os municípios têm vindo a organizar a documentação existente sobre o património existente nos seus territórios e territórios vizinhos, vertendo-a em recursos. Como é sabido, todos estes processos carecem de financiamento e vontade política para serem executados.

Os resultados obtidos no inquérito, permitem afirmar que os recursos existentes são conhecidos, visitados, ainda que uns mais do que outros e que efetivamente há uma fidelização dos visitantes, em virtude do resultado bastante expressivo na quantidade de vezes que os requerentes visitaram a região. Evidenciou-se, igualmente, um grau de satisfação geral elevado, ainda que o grau de satisfação das atividades seja moderado, eventualmente pela ausência de visita ou de oferta.

De uma forma geral verificou-se a existência de algumas âncoras de oferta a manter (nomeadamente as rotas culturais), porém as variáveis a monitorizar são efetivamente no âmbito da temática da investigação, o Turismo Judaico. Ao mesmo tempo, embora o território tenha riqueza patrimonial conhecida percebe-se, pelos resultados da análise das motivações, que a principal motivação se centra na natureza, certamente no bem-estar, não tendo um foco principal de motivação no âmbito cultural, e consequentemente na Herança Judaica.

Apesar de não ser o principal indicador de motivação de visita à região, ao analisar o conhecimento dos visitantes acerca da existência de património, e respetivos recursos, este é bastante elevado. Subsiste, porém, um conhecimento reduzido sobre o segmento da investigação enquanto produto Turístico. Ou seja, a relação entre o turismo judaico e a atividade turística é reduzida, na medida em que apesar da existência de recursos os mesmos não são trabalhados pelo setor do Turismo, havendo uma escassa presença de agentes de turismo com oferta direcionada para a Herança Judaica (se não mesmo nenhuma, como é o

caso do testemunho de Trancoso). As sugestões de atividades neste âmbito propostas pelos requerentes, dão indícios de necessidade e potencial de criação de nova oferta neste segmento, conforme se percebe na figura 14.

Esta constatação permite concluir que a ausência de produto turístico estruturado, é motivo de maior dificuldade na promoção da região e conseqüentemente nos fluxos turísticos. Veja-se o exemplo do trabalho realizado pela ACISO e pelo TP. Ainda que o Turismo Cultural e o Turismo religioso sejam produtos estratégicos para estas entidades (cujo trabalho se centra tanto ao nível da promoção quanto da estruturação do território, respetivamente), a verdade é que a promoção da Herança judaica é escassa face aos restantes produtos nacionais.

Resumidamente, o território tem recursos, não tem oferta estruturada suficiente e conseqüentemente carência na promoção do produto turístico. Em vista de tal, qual o caminho? **Planear**, dizem as AHP. Não é um trabalho de resultados rápidos, conforme se verificou na entrevista e com variáveis que podem fazer retroceder ou anular o esforço e investimento realizado, como foi o caso da pandemia. A reabilitação de património é um processo estruturante para a preservação do património, tendo sido os primeiros anos de trabalho das AHP. Mas, segundo a associação, não foi suficiente para atrair e rentabilizar o território, tendo sido criado um plano de gestão. Neste plano é determinado o referencial das aldeias históricas, definiram-se eixos estratégicos e a visão de uma Aldeia Histórica no futuro. Este planeamento foi trabalhado com a comunidade, com os agentes privados, com os agentes públicos, para que todos pudessem contribuir e a partir daqui trabalhados instrumentos para executar o planeamento, o referencial. Integrado igualmente no plano de gestão estão ações concretas de estímulo ao empreendedorismo, dinâmicas relacionadas com a comunidade, as dinâmicas relacionadas com a atratividade de atividades relacionadas com programas de animação, etc.

Ou seja, com base neste testemunho, percebemos um bom exemplo do trabalho **planeamento** necessário para além de criar uma visão alargada que toque várias dimensões dos territórios, e dos consequentes resultados.

Uma última nota, referida por dois dos entrevistados, é relativa aos recursos humanos. Por um lado, a retenção de jovens nos territórios através da criação de iniciativas de atração

Em suma, conclui-se que tem vindo a ser realizado investimento de preservação patrimonial, no âmbito da Herança judaica na Beira Interior, ainda que distribuído ao longo dos últimos 10 anos. Apesar da existência de estruturas interpretativas, a verdade é que as mesmas são conhecidas, eventualmente pela existência de escassa oferta no território e não por se conhecer ou existir motivação sobre a Herança Judaica. Por outro lado, na dimensão do visitante é evidenciada a necessidade de maior oferta organizada, sob a forma de eventos, rotas, etc ou inclusive guias que possam melhor contar as estórias deste património tão particular. Necessidade esta reforçada pelo testemunho de um operador turístico, que refere a formação de pessoas para estarem mais bem preparados para falar sobre o tema.

Existe recetividade por parte da comunidade judaica, há espólio que pode servir de base à criação de novas atrações, mas é evidente a necessidade de mais empresas de atividades para dinamizar os recursos existentes, através da criação de produto turístico e conseqüentemente haver uma maior aposta na promoção, sob esta temática.

O produto turístico desempenha um papel de relevo na preservação da história e identidade, mas é necessário que o mesmo esteja igualmente integrado num plano e numa visão concertados.

O Turismo Judaico pode ser influenciador de fluxos para os territórios, mas como oferta complementar, apoiada por produto turístico compósito, nunca isolada ou exclusiva. Esta investigação conclui que há espaço para a criação de produto turístico, e que o mesmo é necessário para se promover um destino.

Recomendações

Considerando o acima exposto, a percepção da investigação, considerando igualmente a riqueza e potencial deste território no âmbito da herança judaica, deixam-se duas recomendações possíveis: por um lado a valorização do património através de uma melhor **estruturação** enquanto produto turístico e por outro a **comunicação**.

Na medida em que existem algumas áreas a monitorizar nas atividades turísticas, sugere-se trabalhar as categorias (rotas, visitas guiadas) para que tenham maior importância, nomeadamente com estruturação de produto turístico integrado por parte de privados. Não deixando, porém, de se sugerir que as entidades gestoras dos territórios prossigam o seu trabalho de criação de infraestruturas de valorização deste legado. E nesta dimensão a visão política e o planeamento estratégico são fundamentais.

Havendo um baixo conhecimento sobre o segmento, Turismo Judaico, deverá aumentar-se a percepção sobre este património, melhorando a comunicação sobre o tema enquanto produto turístico, com ações promocionais tanto na região quanto a nível nacional e internacional. No entanto, sempre agregado à iniciativa privada com produto turístico que seja comercializável. Traria bons resultados, à semelhança do que está a ser realizado nas AHP, que fossem criados incentivos para a criação de iniciativa privada, agentes de turismo que constituíssem uma força motriz de promoção e comercialização da região.

Ao longo do estudo, sentiu-se alguma dificuldade na análise dos números obtidos do território. Para que se consiga ter valores que se constituam válidos para tomada de decisão, é necessário que as autarquias, os gestores de destino e de POI possam criar indicadores mais finos relativos aos dados dos visitantes. Serem consistentes em indicadores como mercados, segmentos, duração da estada, motivações, não apenas nos seus equipamentos, mas igualmente para os seus agentes de turismo.

Por fim, planejar, integrar o Turismo e a Estruturação do seu território nas suas estratégias e orçamentos.

Limites ao estudo

Relativamente ao inquérito sobre a Beira Interior, para que fosse possível uma análise mais transversal dos dados recolhidos, deveria ter sido aplicado ao longo do ano e a segmentos diferentes, ter sido aplicado a visitantes in loco para de imediato se aferir motivações. Deveria igualmente ter sido possível aplicar à procura internacional para analisar o conhecimento e opinião sobre o território. Era um dos objetivos previstos, antes do início do conflito.

No âmbito da promoção turística internacional, com vista a monitorizar o impacto da promoção realizada pelas entidades mencionadas, poderia ter-se igualmente ter-se inquirido todos os agentes que integram as ações de promoção.

Uma limitação ao estudo e que não se consegue aferir com os números que o INE recolhe, é que possivelmente os números de dormidas relativos ao mercado Israel, podem ser não ser consequência da promoção internacional realizada, mas antes da emissão dos Passaportes Sefarditas.

Com base nas entidades gestoras de território existentes na Beira Interior, não foi possível obter informações por parte da Rede das Judiarias, pelo que se desconhece, neste estudo, o trabalho que possa estar a ser realizado.

Para terminar e à luz da atualidade gostaria apenas de deixar uma contextualização para memória futura, de uma limitação relativamente à Herança Judaica.

A 7 de outubro de 2023 iniciou-se um conflito armado entre Israel e Gaza. Fruto deste conflito o Turismo de Portugal não participou na IMTM a feira de Turismo Internacional em Telavive, apesar da mesma se ter realizado. Não dispondo de dados estatísticos de 2024 que o consubstancie, segundo operadores turísticos de Israel presentes no IWRT, o mercado Israel continua a viajar para fora do seu país. A intenção manifestada por alguns operadores turísticos é a de não ficarem condicionados aos turistas Israelitas, pelo que pretendem continuar a trabalhar as comunidades judaicas pelo mundo. A motivação destas comunidades, não é exclusivamente kosher, com elevado poder de compra, conforme assinalou o operador turístico.

Este conflito pode provocar um afastamento à cultura e comunidades judaicas e inclusivamente voltar a assistir-se a um aumento do anti-semitismo um pouco por todo o

mundo. À data da entrega deste estudo, têm sido noticiadas diversas manifestações pró-palestina e um aumento de ações contra os judeus ou os países que apoiam Israel.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aulet, S., & Vidal, R. (2018). Religious Tourism: Definition and Typology. In D. R. Stausberg, S. Aulet, & J. B. Hafner (Eds.), *The Routledge Handbook of Research Methods in the Study of Religion* (pp. 358-369). Routledge

BALLART, J (1997). “El Patrimonio Histórico y Arqueológico: Valor y Uso, Barcelona, Ariel Patrimonio”

Borges, J. A. (2007). “Concelho de Figueira de Castelo Rodrigo, Subsídios para a sua história, 2007

Boura, I. (2004). “Património e Mobilização das Comunidades locais: das aldeias históricas de Portugal aos contratos de aldeia”

Butler, Richard and Suntikul, Wantanee. "1 Tourism and Religion: Origins, Interactions and Issues". *Tourism and Religion: Issues and Implications*, edited by Richard Butler and Wantanee Suntikul, Bristol, Blue Ridge Summit: Channel View Publications, 2018, pp. 1-10

Caramelo, A. (2003): “*Monografia de Trancoso*”. Ed. Câmara Municipal de Trancoso

Cohen, E. (1998). The Guidebook Heritage and Tourism in Israel. In M. Robinson, & P. Long (Eds.), *Tourism and Cultural Change in Costa Rica: Pitfalls and Possibilities*. University of Illinois Press

Corsale, A. & Vuytsyk, O. (2018): “*Jewish heritage tourism between memories and strategies: Different approaches from Lviv, Ukraine*”. In *Current Issues in Tourism*, 21(5), pp. 583-598

Costa, C. (2018). A paisagem enquanto produto turístico e património natural e cultural. O caso da Serra da Estrela. *Cadernos de Geografia* nº 38 - 2018 Coimbra, FLUC - pp. 23-41

Cruz, M. B. (2007). “Castelo Rodrigo e o convento de Santa Maria de Aguiar”

Cruz, M. B. (2014). “A Batalha de Castelo Rodrigo”

Cunha, L (2006), *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Editora Verbo.

Daniel H. Olsen & Dallen J. Timothy (2002) “*Contested Religious Heritage: Differing Views of Mormon Heritage*”, *Tourism Recreation Research*, 27:2, 7-15

Diário da República n.º 37/1986, 1º Suplemento, Série I de 1986-02-14

- Dinis, A & Krakover, S (2015). *Niche tourism in small peripheral towns: the case of Jewish Heritage in Belmonte, Portugal*. Journal Tourism Planning & Development. Volume 13, 2016 - Issue 3
- Ferro, Maria José Pimenta Tavares (1982). “Os judeus em Portugal no século XV”. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa
- Fortuna, C. (2012). “Património, turismo e emoção”, Revista Crítica de Ciências Sociais, 97. (pp. 23-40)
- Gilmore, J. H. and Pine, B. J. (2007), *Authenticity: What Consumers Really Want*, Harvard Business School Press, Boston.
- Glasson, J., Godfrey, K., & Goodey, B. (1995). *Towards visitor impact management: Visitor impacts, carrying capacity, and management responses in Europe's historic towns and cities*. Aldershot: Avebury
- Gluvacevic, Dejan (2016): “The power of cultural Heritage in Tourims – Example of the City of Zadar (Croatia). *International Journal of Scientific Management and Tourism*, Vol. 2, 1, pp 3-24
- Guerreiro, Dário (2014), “*Édito de Expulsão dos Judeus e dos Mouros de Portugal – E as suas Repercussões*“. Universidade do Algarve
- Koutoulas, Dimitris. (2004). *Developing Cultural Tourism through Festivals: The Case of Athens Festival*. Tourism and Culture Working Papers Series
- Koutoulas, Dimitris. (2015). *Understanding the Tourism Product*. 10.13140/RG.2.1.2250.4806
- Middleton, TC., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel and Tourism* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080942957>
- Miguel, Isaura Luísa Cabral (2007), “*Religião e vida social no espaço urbano: comunidades judaicas na Beira interior em finais da Idade Média*”, Tese de mestrado em História Regional e Local. Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa
- Moreno-Melgarejo, A., & Sariego-López, I. (2019). “El desarrollo turístico en Jerusalén”. *Turismo Y Patrimonio* (13), 67-84
- Olsen, D. H., & Timothy, D. J. (2016). *Tourism and Religion: A Bibliometric Analysis*. *Annals of Tourism Research*, 60, 1-14
- Olsen, D. H., & Timothy, D. J. (Eds.). (2022). *The Routledge handbook of religious and spiritual tourism*. New York: Routledge

Pereira, J. L. (2010). Turismo e Património Religioso: Estudo de caso da Rota do Românico. Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Pereira, P., Martins, J., Batista, L. (2017). “A oferta turística e os seus territórios, Autenticidade, Patrimonialização e Experiência (pp. 93-103). Em Silva, F., Umbelino, J., “Planeamento e Desenvolvimento Turístico”. Lidle

Pinto, Paulo Mendes. (2008). Portugal: uma terra mítica para os judeus?, Grandes enigmas da História de Portugal (Vol. 1: da Pré-História ao séc. XV), 1, Edições Êsquilo

Rinchede, G (1992). “*Forms of religious tourism*”. *Annals of tourism research*, 19. 51-67

Rinchede, G. (1992). Towards a Geography of Pilgrimage. *GeoJournal*, 27(1), 51-56

Silva S (2018): “*Portugal na rota do turismo judaico. Análise exploratória a um segmento de nicho em expansão*”, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 25 (dezembro 2018)

Silva, E. P. (2018). The Jewish Heritage in the Beira Interior: Between the Material and the Immaterial. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 1(3), 23-34

Silva, J. (2012). O turismo religioso no noroeste de Portugal: as atividades económicas dos principais santuários na sua relação com o território envolvente. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, nº 17/18, pp. 1309- 1324

Silvia Aulet & Dolores Vidal (2018) *Tourism and religion: sacred spaces as transmitters of heritage values, Church, Communication and Culture*, 3:3, 237-259, DOI: 10.1080/23753234.2018.1542280

Ursache, M. (2015). Tourism – Significant Driver Shaping a Destinations Heritage. Retrieved from, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* Volume 188, 14 May 2015, P.130-137

Varico Pereira & Américo Peres (2010) “*Turismo Cultural e Religioso em Braga e Santiago de Compostela: Proposta de Criação de um Produto Conjunto*”, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Vieira, J. (2008). Turismo Religioso. Ensaios. *Revista de Humanidade e Tecnologias*, n.º 125.

URL

Agência para o desenvolvimento e coesão, <https://www.adcoesao.pt/fundos/1986-1988-qca-i-ii-iii-e-qren/> [consultado a 10 dezembro de 2023]

Annals of Tourism. (2020). Defining Religious Tourism: A Literature Review. [online]
Disponível em: <https://www.annalsoftourismresearch.com/defining-religious-tourism-a-literature-review/>

Câmara Municipal de Trancoso, Atas Património Judaico. 2017. <https://www.cm-trancoso.pt/wp-content/uploads/2017/01/Actaspatrimoniojudaico.pdf> [consultado em março de 2023]

Caminhos da Fé. Turismo de Portugal. Disponível em <www.pathsoffaith.com/pt-pt> [consultado em 01/06/2020]

Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios. Disponível em <www.icomos.pt/> [consultado em 12/06/2020]

Diário da República, 1986. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/resolucao-conselho-ministros/17-b-1986-508179> [Consultado em maio de 2024]

Direção Regional do Centro, <https://www.culturacentro.gov.pt/pt/lista-de-rotas/rotas-de-sefarad/> [consultado a 5 de abril de 2024]

Estratégia Turismo de Portugal. Disponível em <www.estrategia.turismodeportugal.pt> [consultado em 15/02/2020]

International Workshop on Religious Tourism. Disponível em www.iwrt.pt [consultado em 19/05/2020]

ICOMOS (1999). Carta Internacional sobre o Turismo Cultural (1999). Retirada em <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/media/uploads/cc/cartaintsobreturismocultural1999.pdf>

ICOMOS (2024). <https://www.icomos.pt/o-que-e-o-icomos/historia>, [Consultado 16 de março 2024]

Portugal (2020). https://portugal2020.pt/wp-content/uploads/centro_3_brochura.pdf [consultado março 2024]

UNWTO. <https://www.unwto.org/tourism-development-products>, [consultado a 3 de abril de 2024]

UNESCO. <https://whc.unesco.org/en/about/> [Consultado em janeiro de 2024]

6. ANEXOS

a. Perguntas do Inquérito

1. Quantas vezes se deslocou em lazer à Beira Interior
2. Qual a importância das seguintes motivações para fazer férias na Beira interior?
3. Que importância atribui às atividades seguintes quando visita a Beira Interior?
4. Qual o grau de satisfação das atividades seguintes na sua viagem à Beira Interior?
5. Relativamente a museus ou atrações dedicados ao Património Judaico da Beira Interior.
6. Que locais (Municípios, aldeias) com Património Judaico já visitou, na Beira Interior
7. Na sua opinião que outras atrações relacionadas com o Turismo Judaico poderiam ser criadas, e onde?
8. Conhece Festas Religiosas Judaicas?
9. Indique o seu interesse em visitar o interior para participar na celebração de festas Religiosas Judaicas abertas à comunidade.
10. Indique o seu grau de satisfação:
11. Relativamente à quantidade de informação disponível sobre o Turismo Judaico/Festas e Tradições da Beira Interior, nos seguintes meios de informação, considera que esta é
12. Na sua visita à Beira Interior, indique o seu grau de satisfação.
13. Relativamente à viagem/experiência :
14. Nesta viagem ao interior, com quem se deslocou.
15. Indique o seu género.
16. Indique a sua idade.
17. Indique o seu grau de escolaridade.
18. Indique a sua nacionalidade
19. Indique a sua residência habitual

b. Entrevistas

1. **Entrevista à coordenadora das aldeias históricas de Portugal** no âmbito da construção de ciclos de programação com o propósito de (re)criação da identidade dos territórios, nomeadamente a temática do Turismo Judaico.

Enquadramento breve

No que respeita à herança judaica, as AHP não desenvolvem um trabalho específico por existir uma rede que trabalha esta temática, sendo mais ampla ao território aldeias históricas de Portugal. Existe uma rede dedicada à temática do património judaico, pelo que naturalmente que não nos vamos meter nesse caminho, até porque ela é muito mais alargada do que o território das Aldeias Históricas de Portugal, cerca de 40 localidades que integram esta rede.

Sei que houve a alteração dos órgãos sociais há 2 anos, mas confesso que não sei o que é que está a ser feito ou o que é que preconizam fazer agora no âmbito deste quadro comunitário.

Quais os objetivos do trabalho desenvolvido pelas AHP.

Temos vindo a dar uma continuidade do trabalho que foi iniciado em 2016, com um foco na área da sustentabilidade e da inovação, que já nessa altura tentamos introduzir outras áreas de atividade económica que nos pareciam ser convergentes com aquilo que são os atributos do território, na sua distinção, na sua inimitabilidade. Mas, de facto, não foi o momento certo por variadíssimas razões, por questões ligadas à pandemia, por questões depois que, em adição, também acabaram por não ter aqui o seguimento que era expectável. No entanto, tentamos trabalhar tudo aquilo que era um portfólio de instrumentos, que nos habilitasse depois a trabalhar agora no quadro 2030, e foi esse o seguimento do nosso trabalho, que entendemos, e a pandemia, mais uma vez, confirmou o que nós já sabíamos: que deveríamos diversificar a atividade económica nas redes agrárias históricas de Portugal para não ficar refém exclusivamente da área do turismo e a pandemia veio colocar essa evidência muito concreta. Da mesma forma como uma empresa quando está dependente de um só fornecedor ou de um só produto acaba por ser frágil, da mesma forma se lê também a questão estratégica em termos territoriais. Por essa razão já nesse período tentamos introduzir aquilo que era o

contexto, por um lado, da **inovação** ligada ao **território rural** e aqui contemplando as **indústrias culturais e criativas e todo o saber-fazer** que pudesse estar ali aglutinado neste setor, nomeadamente por via dos artesãos. E depois uma terceira área de especialização inteligente que é uma área de instrumentos das aldeias históricas **sustentáveis e inteligentes**. Nessa perspetiva, na transição para esta estratégia agora 2030 o foco mantém-se, a única situação que acrescentamos foi o desafio demográfico, que também infelizmente é transversal ao país, eu diria à Europa. Neste momento com a questão dos migrantes que temos agora assistido que estão um pouco a ser globalizados por todo o Portugal, acaba também por nos ajudar a criar aqui algum equilíbrio em termos de demografia. Ainda assim não é suficiente para estancar aquilo que são os limiares mínimos para termos uma atividade e uma componente social mais ativa dentro das aldeias.

Acrescentamos esse desafio agora na estratégia e fomos mais concretos naquilo que são as áreas de intervenção que efetivamente conseguimos ser diferenciadores e tornarmo-nos expertos nessa área.

O turismo, desde 2016 que apostamos na **sustentabilidade na área do turismo**, ou seja, uma prática de gestão de turismo sustentável. O que o que importa agora nesta fase é consolidar e essa consolidação prende-se quer ao nível do **destino enquanto recurso primário**, quer ao nível da oferta enquanto **recurso secundário**, secundário em termos de camadas daquilo que existe, e a **internacionalização**. Já sentimos aqui que já estamos com um volume de visitantes internacionais, os turistas internacionais já com alguma incidência, contrariamente àquilo que era no período, até 2014/2015, estamos a assistir a uma preponderância significativa de turistas internacionais. E claro que nos interessa não o turista internacional, mas aquele turista responsável em termos internacionais, tal como o turista responsável em termos nacionais. Isto traz-nos aqui uma vantagem, porque vai ao encontro aquilo que é a nossa estratégia e por outro lado também traz uma vantagem porque menos quantidade, mais qualidade. O que significa que a receita no final, em termos de retorno do investimento é muito mais meritório para todas as partes do que propriamente a massa que muitas das vezes é considerada. E é aqui que temos de trabalhar um bocadinho. Porque ainda continua, em certas mentalidades que a massa, ter muita gente, é sinónimo de qualidade ou é sinónimo de rentabilidade, o que sabemos bem que não é verdade.

O **segundo eixo de especialização inteligente**, é consolidar, e consolidar lá fora, como destino primário. Esse é o nosso foco, é considerarmos como destino primário, pois embora, e neste já temos vindo aqui a fazer vários ensaios e com bastante reflexo positivo em termos do cross-selling entre regiões, também aqui já puxando para a Espanha considerando as três principais portas de entrada no país, neste caso Madrid, Lisboa e Porto. E por via dos produtos que já têm criados, como é o caso da Grande Rota. Nessa perspetiva estamos então a querer consolidar essa dimensão.

Claro que a questão da **mobilidade** continua a ser aqui um dos grandes constrangimentos, porque é necessário haver, e nós por isso é que avançamos com projetos piloto na área da mobilidade, precisamente porque sem essa questão resolvida é mais difícil de conseguir atrair os fluxos que chegam a Portugal ou a Madrid para conseguir canalizá-los para território das aldeias históricas de Portugal. Esperamos nós ainda este ano, se não no próximo ano, já conseguir ter uma resposta mais efetiva, transversal às 12, que agora está o caso piloto em Castelo Novo e percebemos a mais-valia de termos ali uma frota disponível para a circulação e a criação e a combinação da intermodalidade com a ferrovia.

Relativamente ao **II eixo de especialização inteligente são as indústrias culturais e criativas**, é que o território das aldeias históricas também já deu mais do que provas dadas da sua vocação e do seu potencial. E neste caso as indústrias culturais e criativas são um produto com uma forte ligação e complementaridade com a área do turismo e nós efetivamente aí já conseguimos perceber até pelas produções cinematográficas que foram aqui adotadas no território das históricas, mais concretamente em Monsanto, em Sortelha, recentemente em Castelo Novo. Percebemos que quer a montante, quer durante, quer a jusante, nós conseguimos ter aqui um encadeamento bastante forte da ativação económica e social no território e que depois acabámos também por ter oportunidade de criar uma tipologia de turismo e é aqui que agora também estamos muito focados, tem a ver com o turismo cinematográfico. Sabemos o quanto estas produções de elevada envergadura conseguem depois atrair aquilo que é um novo perfil de turista e nessa perspetiva, para além de tudo aquilo que é a receita que se traduz no território durante o período de permanência, porque mexe com a indústria de uma forma transversal: o setor dos transportes, com a alimentação, com o alojamento, com outros serviços ligados, por exemplo, a carpinteiros, a serralheiros. Nós percebemos isso, efetivamente, quando foram as grandes produções filmadas em Monsanto e em Sortelha, como é que, efetivamente, esse valor acrescentado se traduziu

depois no território. E queremos, então, **profissionalizar e especializar o território nessa área** e já estamos a dar os primeiros passos nesse sentido.

III Biodiversidade e a agricultura sustentável.

Aqui também desenvolvemos um projeto que vai fazer a ponte com o Prado, que é o projeto Receitas que Contam Histórias, produz efetivamente no produto gastronómico, em que fizemos a combinação com a parte dos vinhos, temos aqui um perfeito match entre turismo e gastronomia, enoturismo e cultura, portanto por via daquilo que é a identidade das aldeias históricas, o seu ADN. Conseguimos cruzar, fazer um compósito de três produtos turísticos, em que dá aqui uma abrangência que é muito mais alargada daquilo que pode ser o nível e o número pernoita de dias e de noites nas aldeias históricas. Essa possibilidade não se reflete apenas na vertente turística, queremos verdadeiramente, neste caso, a transferência de conhecimento daquilo que são as técnicas agrícolas tradicionais que continuam a perdurar por muito mais tempo, mas também tem aquele lado social, no fundo, que se liga com o envelhecimento ativo. Por exemplo, em vez de as pessoas estarem especializadas, podem estar dentro das suas casas, dentro do seu território de atuação e trabalhar as suas hortas, porque em vez de andarmos a inventar, a manutenção da paisagem pode perfeitamente ser feita por esta via e é também uma forma de combater aquilo que são os riscos, quer de incêndio, quer de catástrofes naturais se o espaço rural envolvente estiver mantido.

Por outro lado, há a ambição e conseguimos chegar a tal meta, a uma das metas, que é em 2030 verificarmos se este bolo urbanístico, mais a envolvente paisagística, se efetivamente reúne em condição para evoluir para património da humanidade. Ou seja, tem que haver esta combinação entre esta modelação de paisagem versus sistema urbanístico e vice-versa porque ambos se moldam uma outra.

IV eixo de especialização inteligente- aldeias históricas eficientes e sustentáveis, que tem a ver com a intervenção naquilo que são áreas classificadas.

Este é um grande desafio e é um desafio que está a ser feito ao nível nacional e internacional.

Estamos agora também a desenvolver uma candidatura com seis países em que as aldeias históricas vão integrar na perspetiva de encontrar soluções que permitam a tal contemporaneidade, a nível de qualidade e conforto de vida dentro das suas habitações e do edificado das aldeias históricas, sem que para o efeito acabe por prejudicar a

nossa herança patrimonial, a nossa ADN, a nossa identidade patrimonial. Isto não é um caminho fácil, pelo contrário, é complexo, é moroso, é economicamente bastante oneroso e nós estamos à procura de soluções que entrem numa perspetiva de circularidade, da economia circular. Mas que de certa forma possa ser o mais disseminado possível para que economicamente seja fácil de adquirir e que tenha um preço mais acessível. Porque fazer qualquer intervenção numa aldeia histórica é preciso efetivamente ter um bolso bem recheado. O que nós temos estado a sentir efetivamente é que há um grande interesse e que nós, Aldeias Históricas, conseguimos reunir um conjunto de entidades nacionais e internacionais de várias especialidades, desde arquitetos, engenheiros, laboratórios técnicos onde se fazem ensaios a mais alto nível na componente de eficiência hídrica, componente de eficiência energética, soluções para revestimentos parietais, revestimentos do chão, por exemplo, que de facto venham trazer essa mais-valia da tal comodidade versus a manutenção da identidade.

Mas como disse, estamos agora a dar os primeiros passos que vai ser instalada a primeira comunidade energética dentro de uma área classificada, dentro, não vai ser dentro, mas vai ser em Sortelha. Precisamente para não prejudicar aquilo que é a identidade patrimonial e vai surgir a primeira comunidade energética que vai ser em Sortelha, seguida depois de Linhares e vamos ver. Sortelha vai ter a perspetiva exclusiva de fotovoltaico, Linhares vamos acrescentar a dimensão hídrica, vai ser uma combinação de fotovoltaico e hídrico e vamos testar estes dois modelos para que depois possa ser reportado.

A questão da **mobilidade** também é algo que estamos a trabalhar, isto porque, quer no contexto da acessibilidade, e até porque estamos nas aldeias também mais competitivas, quer na questão de acesso a energia mais barata, mais limpa, quer na questão do posicionamento efetivamente de um estatuto de aldeias históricas eficientes e sustentáveis, acaba por atrair mais pessoas para residir, porque o modo de vida também se torna mais compensatório. Em termos de investimento empresarial também tornamos mais competitivos, conseguimos oferecer outras condições. Já temos a questão da conectividade, que é crítica, a fibra ótica e que mais ninguém tem no espaço rural em termos de rede. Isto já foi para nós um grande avanço, em termos de vantagem competitiva e que naturalmente agora estamos a acrescentar outras camadas para ainda nos tornarmos mais competitivos. Este é o foco.

- **Como avalia** a preservação do património (material e imaterial) nas aldeias. Que projetos foram criados para a sua preservação? De que âmbito (cultural, turístico)

Os instrumentos que estamos a utilizar na **preservação do património**, são vários, a preocupação de criar aquilo que são os principais instrumentos de preservação e salvaguarda do património em aldeias históricas, que é a criação das **áreas de reabilitação urbana (ARU)** (1) e das **operações de reabilitação urbana (ORU)** (2). O que significa é que estes dois instrumentos não apenas determinam aquilo que pode e o que não pode ser feito, mas também nos habilita a poder concorrer a sistemas de incentivos que somente localidades que tenham estes dois instrumentos podem evoluir nesse sentido de se candidatarem.

Não foi suficiente para nós e então criamos o **plano de gestão** (3) e o plano de gestão determina muito, objetivamente aquilo que é o referencial a aldeias históricas ou aquilo que é a Aldeia Histórica, que se pretende que seja a Aldeia Histórica no futuro, que foi algo que foi trabalhado com a comunidade, com os agentes privados, com os agentes públicos, para que naturalmente todos pudessem contribuir para aquilo que deveria ser a Aldeia Histórica no futuro, um exercício que foi iniciado em 2019, e a partir daí foi o culminar do desenvolvimento de um conjunto de instrumentos para o efeito em que estão vertidos nesse referencial o que é uma Aldeia Histórica.

Mas isto do ponto de vista físico, da reabilitação física.

E não só, mas também temos dois domínios. Temos o domínio do referencial ligado exatamente à perspetiva física e depois temos a segunda dimensão do referencial, que tem muito que ver com as dinâmicas instaladas dentro da aldeia. Portanto, estímulo ao **empreendedorismo**, as **dinâmicas relacionadas com a comunidade**, as **dinâmicas relacionadas com a atratividade** de atividades relacionadas com programas de animação. O espaço público, naquilo que é a vivência do espaço público, não na perspetiva física apenas, mas aquilo que pode-se tirar a partir do espaço público e por essa razão nós temos também uma das metas intermédias que é até 2026 ter as aldeias classificadas como **conjunto de monumento nacional**, sendo que nesta fase elas já estão em vias de classificação a conjunto de monumento nacional. Isso já foi uma vitória, que foi um processo iniciado em 2020 e que em 2022 já tínhamos então as aldeias com processos de abertura de vias de classificação ao conjunto no mundo nacional.

Agora temos até 2026 para corrigir as dissonâncias que foram elencadas nos relatórios à data da Direção Regional da Cultura do Centro, precisamente para que consigamos evoluir para esse Estatuto, sem esse Estatuto depois não poderemos evoluir para Património da Humanidade.

- **Qual o impacto desses projetos nas comunidades?**

Uma das condições é devolver o espaço público às comunidades, aos habitantes. E uma das questões que vai ser introduzida é exatamente a **alimentação e circulação rodoviária** dentro das aldeias históricas, para que se possa então devolver as aldeias às pessoas. Nós estamos muito focados nas pessoas e nas pessoas não enquanto habitantes, para nós é o mais importante, mas também enquanto trabalhadores, enquanto atividade económica, enquanto visitantes. E por essa razão é que nem sequer faz sentido fazer-se uma visita a uma aldeia histórica de carro. Este é o projeto que estamos agora a iniciar. Já estamos com investimentos concursais para avançar com estudos sobre a **mobilidade** e a mobilidade sempre na lógica da mobilidade urbana sustentável em que integra aquilo que é as viaturas elétricas, quer seja carro, quer seja bicicleta, o andar a pé e o andar de bicicleta convencional dentro das várias e qualidades que nós também já temos em termos de infraestruturas no território. Neste contexto, este referencial integra então estes dois domínios, e depois naturalmente que para ajudar também as câmaras nas suas intervenções ou aquilo que são os parceiros relacionados pelas intervenções dos privados ou dos habitantes, mas também elencando aquilo que é uma maior sensibilização junto daquilo que é o setor e dos serviços ligados ao setor da construção (Arquitetos, projetistas, engenheiros, empresas de construção, etc) também criamos e foi finalizado em dezembro do ano passado o **Manual de Boas Práticas para a Intervenção Urbanística nas Aldeias Históricas**. Já tenho alguns exemplos pelos quais se podem efetivamente balizar aquilo que deve e o que não deve ser feito. Claro que depois terá que ser analisado caso a caso, aquilo é um guião, mas também sabemos que dentro das aldeias históricas temos realidades muito distintas e até dentro de uma própria aldeia histórica também temos essa realidade muito distinta, não é? Mas o que é certo é que com esta classificação já de vias de classificação a conjunto de Monumento Nacional, toda a pedra que está dentro daquele perímetro da aldeia histórica já está em via de classificação, é como se tratasse de um património classificado conjunto de Monumento Nacional. Este é outro dos instrumentos que efetivamente ajudam na salvaguarda. Se não tiver protegido, não está calculada a sua preservação. E foi por aí que também decidimos tomar essa iniciativa, por um

lado, como medida de proteção, segundo como medida também para que as pessoas não estejam apenas obrigadas, aquilo que são as condicionantes, por estarem dentro de uma área com património classificado, mas também que possam ter benefícios. Dando exemplos concretos, nós temos aldeias em que depois nós temos ilhas, que neste momento já não é o caso, mas antes de entrar em vias de classificação, nós tínhamos ilhas em que o castelo estava, está classificado como Monumento Nacional, é num raio de 50 metros, não se podia fazer nada porque estava sob a alçada da zona especial de proteção daquele imóvel. O que significa que uma casa dentro destes 50 metros estaria obrigada às condicionantes do Monumento Nacional, a casa um metro ao lado já não estaria obrigada a isso. Isto depois criava entropias, clivagens e até desigualdades naquilo que era o tratamento. O que nós fizemos foi exatamente avançar para esta classificação e todos passam a ter benefícios. O benefício de poder intervir na sua casa e estão isentos de IVA, por exemplo, podem ter benefícios em termos fiscais do IMI, podem ter acesso a candidaturas que de outra forma não teriam, podem ter acesso de isenções. A Câmara pode incorporar serviços que estão dentro da Câmara, nomeadamente ao nível da arqueologia, que ainda é um peso substancial em qualquer intervenção que se é feita dentro das aldeias, portanto, passam a ter benefícios que até hoje não os tinham. Podem reclamar efetivamente esses apoios, que em boa verdade é preciso disseminá-los porque sabemos, e por força dos diálogos que vamos tendo com a comunidade, como aconteceu há coisa de umas três semanas. Estivemos num sábado numa aula histórica, exatamente a partilhar e a ouvir a comunidade, percebemos que a comunidade não tinha muito bem a noção daquilo que poderíamos oferecer com este estatuto de via de classificação neste caso. Pronto, e tanto pode negociar a iniciativa privada como o habitante, de facto há uma **ausência de comunicação efetiva** e há que disseminar essa informação. Esta é uma das **lacunas** que nós identificamos e que vamos efetivamente alavancar esta disseminação para que as pessoas estejam ciosas daquilo que são os seus direitos e naturalmente as suas obrigações.

- **Em termos dos privados, a iniciativa tem aumentado, ou seja, todo esse trabalho que vocês estão a fazer alguém o aproveita e dissemina.**

Sim, temos assistido cada vez a um interesse maior no investimento e neste momento já não é só o recurso a sistemas de incentivos comunitários ou nacionais, as pessoas já investem por outras vias, porque efetivamente acreditam na marca Aldeia Históricas Portugal. Nós temos feito muito trabalho também por via da iniciativa privada, que não recorremos a candidaturas

porque as pessoas acreditam na marca e na rede Aldeia Históricas Portugal. Vamos ter agora proximamente aquilo que há de ser a instalação de carregadores elétricos, nas duas aldeias históricas em que não vamos investir nada, tem que ver exatamente com o valor e notoriedade da marca e da rede de aldeias históricas de Portugal, isto acaba por... e nós temos sempre em atenção que qualquer investimento que seja feito dentro desta natureza, que possa servir comunidade e que possa servir visitantes. Essa é sempre a nossa cautela que nós efetivamente deixamos em cima da mesa. Temos conseguido, a esse nível, efetivamente, também por essa via dessas parcerias que temos estabelecido com a iniciativa privada, de conseguir trazer serviços de proximidade e outro tipo de equipamentos que serve tanto a comunidade, como turistas e empresários. Já estou a responder naturalmente às perguntas das comunidades. Tornarmos um destino tendencialmente acessível, nós percebemos o quanto melhorou a qualidade de vida das pessoas nas aldeias históricas, como sabemos são amplamente envelhecidas, temos uma demografia duplamente envelhecida, neste contexto as pessoas inclusive até nos vieram agradecer por termos tido esta diligência de instalar as faixas de mobilidade, que muita gente já tinha grande dificuldade em andar nas ruas das aldeias históricas e com estas faixas de mobilidade suavizamos e demos melhor confortabilidade na mobilidade. Mas que não se esgotou, ela também foi trabalhada em termos da info-acessibilidade, da comunicação e design acessível, tivemos uma série de preocupações a esse nível, inclusive até ao nível dos transportes, como foi o caso piloto de Castelo Novo que agora se quer repletar.

- **No âmbito da herança judaica, que projetos de preservação foram desenvolvidos**

Eu estava-me a recordar mais, por exemplo, os projetos, o ciclo de animação que criaram com as aldeias em festa e tudo isso foi uma forma de preservação da identidade, ou seja, mas houve uma grande preocupação de, através deste ciclo de eventos também, de tentar manter todas as experiências que eram criadas ao longo do ano com aquelas mesmas, com aqueles mesmos agentes. Isso verifica-se ainda?

Em alguns sítios sim, outros não. No projeto de receitas que contam histórias muito desse saber estava alocado a pessoas, que, infelizmente, muito daqueles protagonistas já não estão connosco, porque estamos a falar de uma população muito idosa e é isso que nós temos que

preservar e tentar prolongar esse ciclo de vida dessas memórias e dessas tradições que possam ser pegadas por agentes económicos mais novos.

Neste contexto estamos sim a verificar o interesse maior dos agentes económicos, principalmente da área do alojamento, que já começam a olhar para o turismo de uma perspectiva completamente diferente. Até as próprias juntas de freguesia, o que me deixa muito satisfeita, muito francamente, porque percebem que as pessoas, a aldeia histórica é importante, que é o motivo de atração para elas chegarem, mas depois, passado um dia ou dois, o que é que podem fazer mais? Para além de circularem entre outras aldeias, mas o que é que podem fazer mais dentro da sua aldeia? Estão exatamente preocupados com isso e temos vindo a verificar não tanto pelas pessoas em si, mas através do movimento associativo ou da junta de freguesia. É assim que temos vindo a incorporar aquilo que pode ser a mais-valia e com as próprias juntas estamos a ajudar a identificar e a fixar alguns postos de trabalho em que aquela pessoa tem que saber fazer o pão, o queijo e agora estamos a ver com que elas evoluam para a criação do seu próprio emprego. Para que estejam na qualidade de artesãs ou de artesãos que possam efetivamente dar esse contributo. Mais na área agroalimentar, menos naquilo que é a área ligada à madeira, à serralharia, à parte que nós gostaríamos muito de alavancar essa área, até porque vamos necessitar dela precisamente para a intervenção e transformação das aldeias, e aí estamos a conseguir menos.

Vamos ver como é que agora vai evoluir nestes próximos anos, se conseguimos seduzir principalmente ao nível de jovens dentro das escolas profissionais, que possam depois levar mais um curso especializado nestas áreas. Temos como nosso parceiro algumas universidades, a Ordem dos Arquitetos, a Ordem dos Engenheiros e o CEART para ver se de facto conseguimos que os jovens agarrem esta profissão, porque temos a ausência dela, verdadeiramente, está a ser altamente bem remunerada, mas depois falta essa capacidade.

Sim, é isso que se sente realmente, que é bem remunerada, mas realmente não há pessoas suficientes. Será essa exatamente um dos trabalhos futuros, alguma das carências, não é?

Sim. Como disse, ao nível do agroalimentar, felizmente, quer ao nível de jovens, vamos chamar meia-idade, vamos chamar quarenta e poucos anos. Jovens, sim. São jovens, jovens Experientes, sim. Exato, e depois temos, sim, aquelas pessoas de mais idade, mas já sentimos uma grande oferta e oferta com já uma grande qualidade e um elevado profissionalismo. Falta agora atacar a outra área, que esperemos nós conseguir durante estes próximos anos, que

conseguimos atrair também jovens para dentro desta área. Precisamos, de facto, é até organizar, **criar um cluster em que eles percebam que podem ter aqui um futuro**, dentro deste setor e bem remunerado.

Tem que haver esse apoio. Pronto. *No fundo, acabaste por responder àquilo que me interessava, que é, precisamente, a necessidade da estruturação a montante para se conseguir promover seja que o destino for, não é? Todo este trabalho de anos, e que está com esta visão futura, que é fundamental para depois conseguirem apresentar algo para captar pessoas, turistas.*

Relativamente ao judaico, que é apenas um apontamento, porque há pouca coisa feita, pode-se pensar que existe muita oferta, mas na verdade não há estrutura suficiente. E, com este estudo, é fundamentar isso mesmo, aquilo que é uma perceção, com as entrevistas que faço.

Não sei se em relação ao turismo Judaico ou à herança Judaica, queres dar alguma nota uma vez que até estás numa aldeia. Sim, repara, naturalmente que nós não temos palas nos olhos. Efetivamente quando nós falamos sobre as aldeias históricas, as aldeias históricas são **repositório de diversas heranças culturais** e nós também por esse dia conseguimos especificar e diversificar a temática patrimonial cultural de cada aldeia histórica. Sendo que no caso de Belmonte é aquele caso mais emblemático em que efetivamente a evidência do judaísmo é muito mais meritória do que qualquer outra que tínhamos aqui, no território das aldeias históricas. Se formos para Idanha-a-Velha, estamos a falar mais no contexto da era romana, que expressa por si aquilo que efetivamente é o património ligado a essa dimensão. Se formos, por exemplo, para Marialva, já temos um misto daquilo que é o romano com o medieval, com um expoente muito exacerbado também. Trancoso, não podemos descurar aquilo que é a importância daquele território, daquela aldeia histórica para a fundação da nacionalidade, porque ali, temos essa dimensão associada ao Trancoso e depois também temos o património judaico. Dentro da nossa narrativa, nós incorporamos aquilo que são os elementos relacionados com o património judaico e a **herança judaica como elemento diferenciador também**. Agora, *não construímos produto em torno do judaísmo porque existe uma entidade específica para o efeito.* Temos que ter esse respeito pelas entidades que efetivamente têm essa tutela. Naturalmente, que se nos pedirem apoio, como já aconteceu, em

fazemos Fam Trip, press trips dedicadas a esta temática, nós consultamos as entidades das câmaras municipais para nos poderem apoiar neste âmbito. Temos trabalhado nesse registo, quer press trips, quer famtrips, ainda o ano passado fizemos duas ou três a esse nível, portanto não descuramos, não colocamos de parte. Não trabalhamos tão afincadamente, naturalmente que se me aparecerem um empresário que quer investir dentro daquilo que é perspectiva alimentar, um produto kosher ou um alojamento kosher, naturalmente que nós também apoiaremos, porque estão dentro do território das Aldeias Históricas de Portugal. Estar a trabalhar a rede ligada ao património judaico não o faremos, porque naturalmente há uma entidade específica para isso. Já para não dizer que para nós não é a rede judaica, mas a aldeia histórica, como disse, é um repositório de uma multiculturalidade. A herança judaica é uma delas, tal como a herança dos Templários, dos Romanos, dos Visigóticos. No fundo, o conceito de aldeia histórica acaba por abarcar um sem número de heranças culturais. Culturais.

Era mesmo isto, consultar alguém que tenha na sua gênese toda esta organização, pensamento estratégico desde o início para se conseguir chegar e ter a notoriedade que tu também referiste cada vez mais, não é?

Isso tem sido o alvo, como sabes, tenho pena que só nos deixem candidatar a uma aldeia por ano. No âmbito da Organização Mundial do Turismo, já passamos a ter uma referência, sem dúvida e é interessante que dos lugares menos evidentes estamos a pedir apoio. Ainda há coisa de um mês, tivemos um pedido de apoio para trabalharmos em conjunto do Azerbaijão, por exemplo. Precisamente por causa do trabalho, e nós o que denotamos no caso da Organização Mundial do Turismo com esta iniciativa do **Best Tourism Village**, com todo o mérito e ainda bem que o estão a fazer, no contexto daquilo que é um olhar mais atento para o contexto rural, mas depois aquelas aldeias têm esse reconhecimento, mas depois estão sozinhas. Enquanto nós temos uma máquina que é uma rede que está a trabalhar, o que temos sentido, e é isso que a Organização Mundial também já percebeu, que o facto de aquelas aldeias terem depois o reconhecimento, acabam por estar isoladas de um outro contexto de rede para ajudar a alavancar esse reconhecimento. O reconhecimento per si não é insuficiente, tem que haver efetivamente uma estrutura, uma rede de trabalho, uma equipa dedicada, mas isto em qualquer matéria. E, sem isso, efetivamente ficam reféns depois de caírem no

esquecimento, porque aquele prémio trouxe-lhes aquele fulgor naquele momento, mas depois esgota-se, claro. Precisamente porque não tem esta máquina que lhe dê esse de suporte. E a própria Organização Mundial do Turismo já percebeu isso, e está a trabalhar no sentido de se criar a rede das redes. É um bocadinho este contexto, porque a rede faz toda a diferença e o que nós temos sentido é duas situações, o **modelo de governança**, então ao nível de Espanha temos tido não sei quantos pedidos, como é que nós estamos estruturados, que modelo de governança é que nós temos, portanto é sempre, vai recair sempre nisto e isto é importante que seja dito, podemos ter o melhor recurso, a melhor estratégia, mas se não existir um bom modelo de governança acabas depois por não ter nada. Temos depois outra questão que, sim, é uma das grandes preocupações que é a **preservação e salvaguarda do património** e como é que isto se combina no dia-a-dia com as pessoas, com quem vive, quem trabalha, quem investe, quem está lá dentro da aldeia. E isto também é algo extremamente preocupante, é transversal, estamos a falar a nível mundial, e a **mobilidade**. Estes são os três dilemas que nós temos assistido ao nível do Best Reads in Villages, e tanto faz ser no Japão, como na China, como em Portugal, como em Espanha ou Itália, é exatamente a mesma coisa. Sendo que nós já temos algo que os outros não têm, que é uma rede, a tal estrutura e o modelo de governance, que nos dá esse suporte e que dá o suporte às aldeias. Claro que agora estamos no caminho da tal dualidade de trabalho entre aquilo que é a evolução das aldeias para não estancarem no tempo, mas mantendo a identidade, que é um desafio, continuo a dizer, e cada vez mais, e depois a questão da mobilidade, que também estamos a atacar, mas que, em boa verdade, isto padece, infelizmente, de um olhar menos atento daquilo que são as políticas públicas e, na ausência delas, temos que arranjar outros caminhos alternativos.

2. Entrevista Responsável Comunidade de Belmonte

- **Como a Comunidade Judaica vê o interesse dos visitantes pelo Turismo Judaico?**

Aceita muito bem os que nos visitam tanto judeus como não judeus.

- **A própria Comunidade cria recursos turísticos para acompanhar a procura (lojas, produtos kosher)?**

Temos dois comerciantes que apostaram na produção de produtos Kosher.

Tivemos um rabino há cerca de 13 anos em Belmonte que foi pioneiro nos produtos Kosher em Belmonte.

- **Na sua opinião, a que se deve a procura por um turismo de nicho, como a Herança Judaica.**

Na minha opinião o turista judeu que nos procura é para saber como resistimos até agora e ter conhecimento da história da Comunidade Judaica de Belmonte.

- **O que considera que poderia ser feito em termos de turismo judaico. Ou o que poderia ser criado que ajudasse a comunidade e ao mesmo tempo servisse os visitantes. *Por exemplo, novos pontos de atração (museus), visitas temáticas, eventos culturais, eventos gastronómicos, produtos (vinho, alimentação, etc.), restauração/hotelaria preparados para oferecer experiências kosher?***

Em Belmonte já temos turismo judaico, mas poderíamos ter mais se houvesse restauração / hotelaria preparados para oferecer alimentação kosher.

3. Entrevista responsável pelo levantamento histórico judaico de Trancoso, Carla Cardoso

- Por que não existe uma comunidade ativa em Trancoso, à semelhança de Belmonte
- Motivações e perfil da procura de Trancoso
- Atividades turísticas relacionadas com a Herança Judaica (música na sinagoga,)
- Identificação de agentes do território que trabalhem produto turístico de Trancoso.

Procura

As pessoas que procuram Trancoso é o turista comum que procura o centro histórico, como pelo castelo, a maior necrópole de sepulturas antropomórficas, em Moreira de Rei, mas também a Casa Bandarra e o Museu Isaac Cardoso que teve inclusivamente financiamento pelo EEA Grants (financiamento europeu para o desenvolvimento económico bilateral entre três países).

A partir do momento em que se faz promoção nas feiras de Israel, promovendo a Rede de Judiarias houve um aumento dos grupos provenientes de Israel. Havendo igualmente boa afluência dos mercados Brasil, Espanha, França e Bélgica.

Há grupos com foco no turismo religioso muito em parte pela existência da sinagoga ecoménica que foi criada com vista a dar apoio aos grupos que pretendem praticar o seu culto, mediante solicitação à câmara. Este facto aumenta o interesse por parte dos visitantes, pois é possível ver como é uma sinagoga, pois não é tão fácil nas restantes comunidades judaicas do país. Em Trancoso muitas pessoas procuram as suas raízes, um turismo emocional, pois muitos dos judeus das Beiras fugiram para todo o mundo, havendo registo disso. Tendo sido inclusivamente os judeus da Beira Interior a fundar a Sinagoga de Amesterdão no século XVII.

Ainda que muitos dos visitantes não sejam religiosos, ou pratiquem, procuram as raízes do seu passado.

Por que não existe uma comunidade ativa em Trancoso, à semelhança de Belmonte

Belmonte tem uma comunidade viva marrana, mas os processos de inquisição demonstram isso, a identidade foi muito fustigada. Em Trancoso existiu uma comunidade judaica com

cerca de 700 judeus, uma comunidade maior do que a Guarda, e uma comuna, mais pequena em Alverca da Beira. Antes da inquisição, 1497 cerca de 150 famílias fugiram. Os que ficaram e se converteram em Cripto-judeus,

As mulheres são as que passam todas as orações, festas à família (Isabel do ferro) e quando alguém é apanhado, normalmente praticamente todos são presos.

Em Trancoso havia judeus muito abastados ao ponto de Filipe III questionar onde “param os bens dos judeus de Trancoso”. Uma família que tinha um negócio em Trancoso (ex. Nunes Carvalho), parte escondido para Amesterdão, deixando mulher e filhos. Tem uma rede de comércio, navios próprios. A esposa vai viver para o Porto, um dos filhos acaba por falecer e é sepultado junto à volta do convento de S. Francisco de Trancoso. Os Franciscanos de Trancoso ajudaram os cristãos-novos.

Em Trancoso foram assentados 589 processos de inquisição no Museu Isaac Cardoso, e maioritariamente tinham posses, terrenos, vários negócios e muitos viviam dos próprios rendimentos. Quando entram em Trancoso a inquisição em 1583, foi devastador para a comunidade.

Oferta

A existência destes recursos remonta ao trabalho realizado pelo trio de trabalho, Belmonte, Castelo de Vide e Trancoso, onde se realizou um trabalho de preservação da história e do património judaico, fundamental para o levantamento genealógico dos judeus da Beira Interior. Este trabalho deu origem aos processos atuais de atribuição de nacionalidade a judeus, o que contribuiu para o aumento da visitação na Beira Interior por parte dos descendentes. A Sinagoga construída dentro do Museu Isaac Cardoso, ganhou prémios de arquitetura. O objetivo deste espaço museológico é o de transmitir a época em que os judeus eram felizes em Trancoso e fazer desta experiência um momento de paz, Shalom.

Ainda que o município trabalhe para enriquecer o seu património neste segmento do património judaico, refere não haver animação turística que acompanhe os recursos existentes, sendo a única oferta existente a do município.

Atualmente este trabalho culminou na atribuição de nacionalidade a judeus, o que contribuiu para o aumento da visitação na Beira Interior por parte dos descendentes.

Entrevista a operador Turístico, Isaac Assor da Alegrotur

1. Que produtos turísticos trabalha a sua empresa
2. Perfil dos seus principais clientes (origem, motivações, poder de compra, etc)
3. Qual o nível de procura pela Herança Judaica em Portugal.
4. E na Beira interior em específico?
5. A oferta existente dá resposta ao acima indicado (pergunta 5)
6. Considera a Beira Interior como um destino de Herança Judaica. Pontos fortes e a melhorias?

Enquadramento atual

Portugal tem ainda o turismo de Israel a funcionar, mas não são os mesmos números de 2019 ou 2020. A Feira de IMTM este ano (2024) estava vazia, para mostrar presença e perceber o que se está a passar no mercado. Israel é um país pequeno e todos têm alguém na guerra. Os grupos que tem de Israel para Portugal são poucos.

Há muitas comunidades judaicas espalhadas pelo mundo, no entanto, com o aumento do antissemitismo na Europa, evitam sair do país, dos Estados Unidos ou Brasil para a Europa.

Voos cancelados para Portugal, como a TAP ou a Sundor que voava para o Porto. Esta última usava aviões de uma companhia aérea da Chéquia, a SmartWings, deixou de voar porque as tripulações não querem ir. É fácil trabalhar este património? Sim, é necessário ter os contactos corretos.

Perfil dos seus principais clientes

O porto hoje tem uma oferta sobre a história judaica. Se calhar é a melhor oferta que existe no mundo. Tens pessoas judaicas. Tem sinagogas. Tens um museu do holocausto.

Ontem tive com o Presidente da Comunidade do Porto, e hoje vou estar com eles outra vez. Os números de visitantes ao museu são astronómicos. Os postos de turismo também têm que ter os contatos certos, com quem falar. Durante o Covid, eu fiz um trabalho sobre o turismo na comunidade. O contacto com os organismos turísticos é fundamental, agora é preciso ter os contactos diretos.

O Porto é o que tem mais oferta. Depois existe a comunidade de Belmonte, o museu e a Sinagoga; Trancoso; castelo de vide para além da Sinagoga, tens o museu e a Casa da

Inquisição. Ou seja, há produto lá, mas estão nas mãos dos municípios e não da comunidade judaica ou de privados. O que significa que não é complicado trabalhar caso se tenha os contactos certos.

Faz falta mais oferta desta natureza?

Está projetado um museu judaico em Lisboa. O Algarve tem uma sinagoga e a Madeira tem um cemitério judaico, que resulta do êxodo mais recente, a II Guerra Mundial, quando os judeus são obrigados a sair de Gibraltar. Na Madeira, o cemitério, que é propriedade de alguém, mas que a Câmara fez agora obras nos muros exteriores e vai fazer sinalética próxima do cemitério. Ou seja, se tu não tens produto, crias um produto. É isso óbvio, mas é isso mesmo, ou seja, é preciso é criar. A rede de judiarias em Espanha há dois ou três que são fantásticos, mas em outros não existe evidência física, mas tem pessoas que contam a história. Há pessoas que sabem contar a história, que contam a história. Tem -se um potencial tremendo, tremendo.

O que é que faz falta, iniciativa privada?

Formação, muita formação. A formação realizada pela Escola de Hotelaria e Turismo do Porto em parceria com o Turismo de Portugal, é muito pouco: fala-se u pouco de história, das leis da alimentação, kosher. Mas não teve lá um hoteleiro? Os hotéis é que têm que estar preparados para isso. Mas essa questão da alimentação kosher, principalmente nos hotéis e não só. Quer dizer, não há muitos sítios, tirando Lisboa, que consiga fornecer a alimentação, apenas o Porto que tem um restaurante.

Nos restaurantes locais, não sente necessidade de haver alternativas em outros territórios?

Quando tu tiveres um grupo no Douro e precisas de kosher, o Porto fornece. Não há kosher em todo o lado da Itália, ou da França. Há clientes que trazem comida dos Estados Unidos. E não há problema

Em 2023 foi o ano em que operámos em Portugal, 200 grupos, e tínhamos operado mais, se não tivesse acontecido o 7 de outubro. Desses grupos, 30 são kosher. Ou seja, 20% do total, o que não é relevante para as operações.

É necessária formação, guias, para não dizerem barbaridade. Direcionar uma formação para esses municípios, postos de turismo.

Este estudo pretende aferir se há necessidade, se a herança judaica pode ser um potencial para se criar produto turístico e logo mais fluxos turísticos. Quanto mais não seja pela curiosidade.

A HJ já é um produto. A questão que se levanta é como é que se pode fazer para que esse produto se concretize mais e seja mais estável. O ideal, obviamente, era ver sinagogas em todo o lado, mas não existe, não há. Não há, em qualquer restaurante, comida israelita, comida kosha, comida... Não há. Ou seja, para desenvolver -se mais, as pessoas têm que investir numa coisa, fundamental, formação. Formação dos hoteleiros, dos guias.

Ontem, o tal do livro que eu falei, convidei uma série de guias para ir. Tiveram lá alguns. Obviamente falou-se no massacre de 1506. Mas muito pouco. Aliás, o massacre de 1506, nem nos currículos escolares existe, ninguém fala disto.

Formação. É necessário fazer uma desmistificação dos tais problemas, é saber contar a história verdadeira. Não inventares.

A nossa ligação com Espanha, temos de contar um bocadinho de história de Espanha. Tem de ser, porque cruza com a nossa história.

Para desenvolver produto, as **Rotas de Sefarad em Espanha estão bem desenvolvidas.**

É necessário desenvolver uma atividade social, conhecer as judiarias, as comunidades e ter manifestações sociais, históricas, culturais: um filme, uma dança, música. E é importante a rede das judiarias.

Durante três anos trabalhei nas Aldeias históricas e era realizado um ciclo de eventos, Doze em rede que pretendia reavivar o património imaterial e gastronómico. Era uma forma de mostrar às pessoas aquilo que existe e o que é o passado.

Tens que envolver as crianças, a comunidade, que esta própria gosta de contar histórias. A comunidade local. As comunidades organizadas, com local de culto é Belmonte, Porto, Lisboa e Algarve. Mas esta atividade tem de ser as câmaras, a população.

O produto turístico, também não pode abranger tudo o que existe, porque apesar de não ter evidência física, tem história. Mas o turista que vem a Portugal quer conjugar a componente histórica de Portugal e a judaica.

Tem de fazer sentido. Bragança tem uma herança histórica fantástica, mas conjugar com alguém que entra pelo Porto ou Lisboa é mais complexo, pela distância.

Os grupos com motivação judaica, não se esgotam no turismo judaico. Fazem atividades e visitas culturais gerais, e se coincidir, podem fazer uma visita a uma sinagoga e rezar.

Os turistas que vêm a Portugal, vêm essencialmente para conhecer as suas raízes, a sua história.

