



Vol. 11, Nº 25 (diciembre / dezembro 2018)

PORTUGAL NA ROTA DO TURISMO JUDAICO. ANÁLISE EXPLORATÓRIA A UM SEGMENTO DE NICHO EM EXPANSÃO

Susana Silva¹

CEGOT – Universidade de Coimbra (Portugal)
susanageog@sapo.pt

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Susana Silva (2018): "Portugal na rota do turismo judaico. Análise exploratória a um segmento de nicho em expansão", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 25 (diciembre / dezembro 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/turydes/25/turismo-judaico.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25turismo-judaico>

RESUMO

Por toda a Europa tem-se assistido à redescoberta do património judaico. Este crescente interesse tem desencadeado um conjunto de medidas e processos que têm conduzido à sua turistificação e ao aparecimento de um "novo" segmento de turismo, o turismo de património judaico, alimentado cada vez mais por turistas de origem judaica. Portugal, através das marcas e elementos culturais, materiais e imateriais, que possui devido à permanência de judeus no país, tem-se posicionado também na rota deste interesse e desta procura que, no dizer dos seus pares, é puramente emocional.

A partir da revisão da literatura científica e da análise de dados estatísticos provenientes de diversas fontes, este artigo pretende abordar, de forma exploratória, o contexto, os contornos e a dimensão deste segmento de nicho no país que vai encontrando argumentos consolidativos, tanto no âmbito da oferta como da procura, chamando a atenção para a rápida evolução deste mercado e da sua relevância em territórios de baixa densidade.

PALAVRAS-CHAVE: Património judaico – turismo de património judaico – rede – indicadores da procura – desenvolvimento territorial.

ABSTRACT

All over Europe there has been a rediscovery of Jewish heritage. This growing interest has triggered a set of measures and processes that have led to its touristification and the appearance of a "new" segment of tourism, the Jewish heritage tourism, fed increasingly by tourists of Jewish origin. Portugal, through the marks and cultural elements, material and immaterial, that has due to the permanence of Jews in the country, has also been positioned in the route of this interest and demand that, in the words of its peers, is purely emotional.

From the review of the scientific literature and the analysis of statistical data from several sources, this article intends to address, in an exploratory way, the context, the contours and the dimension of this niche segment in the country that is finding consolidative arguments, both in

¹ Doutora em Geografia pela Universidade de Coimbra e Investigadora do Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território (Universidades de Coimbra, Porto e Braga).

terms of supply and demand, drawing attention to the rapid evolution of this market and its relevance in low density territories.

KEY-WORDS: Jewish heritage – tourism of Jewish heritage – network – demand indicators – territorial development.

1. INTRODUÇÃO

Por toda a Europa tem-se verificado um interesse crescente pelo património judaico, pela redescoberta do seu valor e significado. Portugal tem-se posicionado também na rota deste interesse por via da presença histórica de uma cultura minoritária.

A história e a cultura assumem-se como dois elementos importantes na apresentação de Portugal como destino turístico. Este pressuposto, cristalizado no anterior documento vinculativo para o turismo, o Plano Estratégico Nacional do Turismo, continua válido nas novas linhas orientadoras definidas para o período 2016-2020 que focam agora muito mais a *Pessoa*, ou seja, o mercado da procura, as suas características e motivações.

A presença secular de judeus em território luso originou uma herança cultural material e imaterial que tem dado origem a um “novo” fenómeno no âmbito da procura turística, o turismo de património judaico. Este segmento personifica bem esta nova visão para o turismo em Portugal, já que se tem desenvolvido na sequência do interesse manifestado pelo mercado da procura, seja ele mais generalizado ou cada vez mais específico que, por sua vez, tem motivado a organização dos recursos e a formulação de um produto turístico numa base de cooperação inter-regional.

Este movimento é particularmente relevante no interior português. Lugares como Castelo de Vide, Belmonte ou Trancoso têm visto o número de turistas aumentar ano após ano, em particular os de origem israelita, que constituem já o principal mercado externo de várias atrações. Na última década o número de visitantes provenientes de Israel cresceu exponencialmente, de cerca de 17 mil hóspedes registados nos alojamentos nacionais em 2007 para quase 105 mil em 2016, um aumento de mais de 500%. Há novas linhas aéreas entre Portugal e Israel, novas agências especializadas, novos hotéis, novas lojas *kosher*, vários serviços adaptados às especificidades da cultura judaica, e intensifica-se a promoção junto de potenciais mercados. Apresenta-se um produto cada vez mais estruturado para satisfazer as necessidades deste mercado que vem em busca de memórias, das suas raízes e da sua história. Um reencontro também impulsionado pela lei de 2015 que garante dupla nacionalidade a quem provar ter como ascendentes judeus sefarditas, que foram expulsos de Portugal no século XV.

Este artigo tem como objetivo abordar e discutir, de forma exploratória, o contexto, os contornos e a dimensão deste segmento de nicho no país através de uma breve análise ao percurso e herança cultural judaica no país, à forma como o produto tem sido estruturado numa base de cooperação inter-regional e ainda da procura com base nos indicadores turísticos referentes aos hóspedes e dormidas assim como a frequência de um conjunto de atrações âncora. Uma breve abordagem mais concetual ao processo de patrimonialização e turistificação da cultura e memória judaica enquadra o propósito deste trabalho na secção seguinte.

2. CULTURA JUDAICA: PATRIMONIALIZAÇÃO E TURISTIFICAÇÃO DA MEMÓRIA E IDENTIDADE

O povo judeu é parte integrante da civilização europeia, tendo contribuído de forma única e duradoura para o seu desenvolvimento. O velho continente é por isso o grande reduto e guardião da história e da memória através de um amplo acervo de património judaico, testemunho da cruzada desta comunidade durante séculos, identificado como dissonante por

Ashworth (2003), onde o carácter imaterial ganha, muitas vezes, protagonismo face ao material.

É amplamente reconhecido que o património é construído, percebido, interpretado e gerido de acordo com a atribuição de significados e valores (Ashworth, 2011) da mesma forma que a patrimonialização é um ato pessoal e social de dar sentido e compreender o passado e o presente (Smith, 2006) através das ligações, tangíveis e intangíveis, estabelecidas entre estas duas dimensões temporais, perspetivando uma terceira, o futuro. Estes pressupostos colhem fiel tradução no caso particular do património judaico, do seu “consumo” e da forma como é interpretado. Nas últimas décadas, e particularmente desde a queda do comunismo (1989-1990), a Europa tem assistido a um crescente interesse por quaisquer aspetos relacionados com o judaísmo, os judeus, a cultura judaica e o Holocausto, cada vez mais reconhecidos como parte da história e cultura nacionais. A cultura judaica, ou o que é entendido ou definido como cultura judaica, tornou-se uma componente visível de “herança” e “identidade”, mesmo em países onde os próprios judeus são praticamente inexistentes. Mas esta tendência é sobretudo observável em países cujos povos foram os perpetradores, bem como as vítimas e espectadores da Segunda Guerra Mundial e do Holocausto, e mesmo em países onde o antissemitismo ainda está presente (Corsale & Vuytsyk, 2018).

Como resposta a este interesse as antigas judiarias de várias cidades europeias têm-se desenvolvido como atrações turísticas, restauram-se sinagogas, constroem-se museus e memoriais, publicam-se guias, folhetos e mapas do património judaico, surgem agências de viagens especializadas em excursões judaicas (Gruber, 2007), abrem-se lojas, cafés e restaurantes especializados em produtos judaicos (Heitlinger, 2013) e desenvolvem-se redes/rotas não só a nível nacional, mas também a nível europeu, como é o caso da Rota Europeia do Património Judaico. O turismo de património judaico é um produto oferecido aos visitantes em muitas cidades europeias (Gruber, 2002; Krakover, 2013) e tornou-se um nicho bem estabelecido no vasto mercado turístico, promovido a nível privado mas fortemente apoiado também por autoridades estatais, municipais ou regionais (Gruber, 2002), uma vez que tanto o setor público como o privado estão cientes do potencial da herança judaica para o desenvolvimento de destinos turísticos e para a diversificação de produtos (Corsale & Vuytsyk, 2018). Assente sobretudo em recursos de natureza não monumental (Leite, 2007; Krakover, 2013; Dinis & Krakover, 2016), este nicho turístico apela sobretudo aos sentidos e à imaginação, até porque de acordo com Poria, Butler e Airey (2004) no campo do turismo, e particularmente no turismo de património, não é o sítio que importa, mas sim o significado e os valores a ele atribuídos.

Em muitos casos este interesse pelo património judaico assim como a sua valorização e promoção turística é feita por cidadãos sem qualquer relação com a fé judaica, enfatiza Gruber (2002), tratando-se sobretudo de um movimento externo à comunidade e verificando-se frequentemente estados de dissociação cognitiva (Flesler & Pérez Melgosa, 2010; Krakover, 2013). Esta situação é particularmente visível no caso de Espanha (Russo & Romagosa, 2010; Krakover, 2013) e Portugal (Leite, 2007; Krakover, 2012; Dinis & Krakover, 2016), onde não judeus estabeleceram organizações públicas (Rede de Judiarias de Espanha e Rede de Judiarias de Portugal) com vista ao renascimento das judiarias medievais, à valorização da cultura judaica e à promoção do diálogo interculturais. Pelo contrário, outros casos há em que o desenvolvimento de produtos relativos ao património/memória judaica é alcançado com o envolvimento ativo das comunidades judaicas locais como por exemplo em algumas cidades da Croácia, Bósnia-Herzegovina, Sérvia, Hungria (Krakover, 2017) e da Ucrânia (Corsale & Vuytsyk, 2018).

Também ao nível da procura a redescoberta da história e cultura judaica é um processo levado a cabo, em grande parte, por não judeus e que está dependente da sua interpretação metafórica e do valor simbólico e cultural por estes atribuído, pelo que as múltiplas razões e significados associados vão desde o interesse pelo multiculturalismo, a sentimentos de culpa pelo Holocausto, aos apelos à democracia e à nostalgia romântica (Corsale & Vuytsyk, 2018). Porém, a realidade mostra que os próprios judeus têm contribuído para este fenómeno. Assim, paralelamente à sociedade em geral, a necessidade de redescobrir as suas raízes culturais e de redefinir a sua identidade própria manifesta-se também, há já algum tempo, de forma cada vez mais vincada no meio judaico (Luzzati & Rocca, 2011), que tem perpetrado esforços para recuperar ou redefinir identidades judaicas pessoais e reviver ou enriquecer as comunidades

judaicas, a vida judaica e a cultura e memória judaica interna em vários países (Flesler & Pérez Melgosa, 2010).

Na perspectiva de Cuesta (2008), esta necessidade de enraizamento está relacionada com os traumas da segunda metade do século XX que resultaram num desenraizamento e numa perda dos referenciais coletivos. A comunidade judaica em particular, cuja tradição e religião está intrinsecamente assente em mecanismos da memória e da lembrança (Yerushalmi, 1982; Le Goff, 2000), têm partido em busca de lugares com o objetivo de recuperar as suas raízes e memórias, até porque estas, sejam individuais ou coletivas, têm nos lugares uma referência importante para a sua construção (Halbwachs, 1997), e para o seu resgate.

Este povo, no papel de turista, procura destinos onde possa reviver, lembrar e aprender a história do seu próprio povo (Malheiros, Lourenço & Almeida, 2016). Portugal constituiu um desses destinos de recuperação de memórias, de raízes, no fundo de identidade.

3. A PRESENÇA E A HERANÇA CULTURAL JUDAICA EM PORTUGAL

Segundo Martins (2010), a presença judaica em Portugal confunde-se com a nacionalidade. Porém há vestígios que remontam ao fim do Império Romano, tendo a sua dimensão crescido, demográfica e economicamente, durante a Idade Média (Tavares, 2004).

Por ocasião da fundação da nacionalidade, 1143, esta minoria religiosa já se encontrava disseminada pelo território, com particular incidência em aglomerados populacionais da raia fronteira, dando, por um lado, resposta à necessidade da primeira dinastia de fixar população nos territórios conquistados aos mouros, e favorecendo, por outro, a atividade mercantil entre os dois reinos (Steinhardt, 2012). Os primeiros monarcas revelaram grande tolerância para com os judeus, privilegiando-os com cargos e regalias uma vez que estes dominavam os ofícios e o comércio, tratavam enfermidades, aconselhavam na política e emprestavam dinheiro sempre que necessário (Pignatelli, 2000).

No final do século XV é levada a cabo uma ação de expulsão dos judeus do reino português, à semelhança do que Espanha já havia feito anos antes. Uma atitude que mereceu voraz desagrado por parte da comunidade científica, tendo o próprio monarca, D. Manuel I, revelado alguma dificuldade em executar esta ação já que via “partir grande parte da dinâmica [económica] do reino” (Patrão, 2012: 2) que muito impulsionou, em termos monetários e intelectuais, a fase inicial dos Descobrimentos (Pignatelli, 2000). A única exceção à sua permanência em território nacional era a sua conversão ao cristianismo e o batismo na fé cristã, surgindo a figura do “cristão-novo”. Todavia, embora muitos judeus aparentassem no trato social ter adotado a religião cristã, mantiam em segredo as suas antigas tradições judaicas, o que deu origem ao “criptojudaísmo” (Martins, 2010). Por esta altura, na sequência do édito de expulsão, os livros, rituais, objetos, escolas, sinagogas e cemitérios judaicos foram destruídos e as ruas dos bairros judeus renomeadas. O objetivo era a completa obliteração, não apenas da população judaica, mas de qualquer indicação de que ela aqui tenha existido (Leite, 2007).

Os judeus só voltariam a Portugal a partir de meados do século XVIII, sobretudo após as reformas de 1773-1774, levadas a cabo pelo Marquês de Pombal, que acabaram com a distinção entre “cristão-velho” e “cristão-novo”, e após a abolição do Tribunal do Santo Ofício, em 1821, mais de 300 anos depois da publicação do édito de expulsão português. Só no século XIX se começou a perceber que a discriminação dos judeus além de prejudicar fortemente o país, não tinha qualquer fundamento do ponto de vista moral (Bandarra, 2001).

Com a chegada de Hitler ao poder assiste-se a nova perseguição aos judeus resultando em grandes vagas de emigração, agudizadas com o despoletar da II Guerra Mundial, que encontram refúgio em Portugal, sobretudo na capital, onde já se havia constituído a Comunidade Judaica de Lisboa (Pignatelli, 2000) Só após o 25 de abril os judeus encontram condições para viverem e externarem com plena liberdade as peculiaridades de sua prática religiosa sem medo de repressão (Gonçalves, 2016).

Da presença judaica em território nacional resta hoje um legado patrimonial que se exprime através de um conjunto de testemunhos materiais em diferentes estados de conservação e de inventariação que vão desde os típicos bairros designados de judiarias, ou o que resta delas, com especificidades arquitetónicas (casas com dois ou mais pisos, assimetria das fachadas, vão de portas entaipadas nas paredes meias, portas ogivais ou armários embutidos nas paredes) e marcas de simbologia religiosa no património construído (inscrições cruciformes, portais com chanfros, concavidades, gravações longitudinais). Deste universo cultural fazem parte também os cemitérios judeus, as sinagogas (umas de construção recente, outras recuperadas à época medieval), as próprias comunidades judaicas remanescentes² com as suas tradições e ainda os museus e centros de interpretação que guardam não só vestígios, artefactos e relíquias como memórias intangíveis, muitas vezes não ao alcance de todos quanto os visitam (Figuras 1 a 8).



Fonte: A autora (2018)

Figuras 1, 2 e 3: Sinagoga *Kadoorie Mekor Haim*, Placas Toponímicas da Rua do Monte dos Judeus e Rua de S. Miguel – antigo local da judiaria, no Porto



Fonte: A autora e Luísa Adelino (2009)

Figuras 4, 5 e 6: Fonte da Vila, Antiga Judiaria e Porta Ogival, em Castelo de Vide

² Comunidade Israelita de Lisboa, Comunidade Israelita do Porto e Comunidade Judaica de Belmonte oficialmente reconhecidas em 1912, 1923 e 1989 respetivamente (Pignatelli, 2000; CIP, 2018; RJP, 2017).



Fonte: CMB – endereço eletrónico (2018)

Figuras 7 e 8: Museu Judaico de Belmonte

Na perspetiva de Leite (2007), há uma ausência da cultura material judaica uma vez que grande parte foi destruída durante a inquisição, sobrevivendo apenas duas casas medievais de oração e algumas marcas físicas visíveis em determinados territórios/espacos. A autora sublinha que para o “olhar mais desatento”, de facto, não há nada para ver e que o património judaico português se materializa apenas durante e através do seu encontro com o turista tornando-se visível por via do envolvimento imaginativo e empático dos turistas e dos seus guias. Na opinião da investigadora, o destino turístico conhecido como “Portugal Judaico” é apenas uma paisagem fantasmagórica, composta por muito trabalho imaginativo e poucos vestígios físicos óbvios e concretos. No entanto, neste caso, a ausência de restos materiais constitui uma parte fundamental da atração turística.

4. O TURISMO DE PATRIMÓNIO JUDAICO EM PORTUGAL – FACTOS E NÚMEROS

4.1. Património judaico em rede: cooperação, valorização e interpretação

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. Estas manifestações com base no passado que têm sobrevivido à incúria do tempo e dos homens representam, em vários territórios, um dos seus principais recursos, de tal forma que, a marca cultural judaica patente na história de alguns tem sido uma das retóricas mais firmes nos discursos sobre as suas identidades. É o caso de Belmonte, Castelo de Vide, Fundão ou Trancoso.

Porém, de acordo com Fernandes (2005), os lugares hoje não podem ser percecionados como pontos isolados, ilhas individuais sem qualquer tipo de relação, mas sim embrenhados numa estratégia de cooperação e integração cada vez mais horizontal. Deste modo, a criação de redes e a cooperação entre regiões para a formulação de produtos turísticos coerentes, que podem ser objeto de uma promoção integrada e devidamente direcionada para segmentos de mercado alvo – segmentos esses que se deslocam por uma motivação, por uma experiência, independentemente dos territórios administrativos (ME/TP, 2015), é fundamental no caso do turismo de património judaico que se encontra disseminado pelo território. A criação da Rede de Judiarias de Portugal (RJP) – Rotas de Sefarad, em 2011, personifica esta necessidade de reforço da cooperação inter-regional na preservação, valorização e turistificação de um património, neste caso muito mais memorial e emocional do que material, mas cuja riqueza, relevância e condição geográfica, justifica uma abordagem mais integrada. O património cultural judaico nacional assumiu uma dimensão transnacional a partir da integração do país na Rota Europeia do Património Judaico, também em 2011, que engloba um total de 19 países.

A Rede de Judiarias de Portugal – Rotas de Sefarad integra atualmente 37 concelhos, a maior parte do interior do território e na região centro (Figura 9) e tem como objetivo nuclear conciliar a defesa e salvaguarda da herança cultural judaica (património urbanístico, arquitetónico, ambiental, histórico e cultural) com a promoção da atividade turística. Para tal, no âmbito do

Programa PT 08 “Conservação e Revitalização do Património Cultural e Natural”, foi desenvolvido o Projeto “Rotas de Sefarad, Valorização da Identidade Judaica Portuguesa no Diálogo Inter-Culturas”³ no sentido de promover a redescoberta de uma componente da realidade cultural, histórica e social do país e cujos objetivos passavam por:

- 1 – Criar a Rota de Sefarad;
- 2 – *Capacity* de desenvolvimento das partes envolvidas em atividades relacionadas com a Rota de Sefarad;
- 3 – Sinalizar a Rota de Sefarad e o Património Cultural Judaico;
- 4 – Consciencializar as pessoas e tornar acessível o património cultural judaico restaurado, renovado e protegido (RJP, 2018a).

De acordo com a informação relativa à concretização do projeto, disponibilizada pela DRCC e sintetizada no quadro 1, a ação *Património Cultural Restaurado, Renovado e Protegido* abarcou a grande parte do investimento realizado, mais de 80%. Este investimento distribuiu-se por diversas intervenções ao nível sobretudo da recuperação e reabilitação de antigas sinagogas (33%) e da construção/implementação/valorização de museus, centros de interpretação e casas de memória (67%), num total de 18 ações.



Fonte: RJP (2017)

Figura 9: Brochura Rede de Judiarias de Portugal/Rotas de Sefarad

Quadro 1: Distribuição do investimento por Ação

Programa PT 08 “Conservação e Revitalização do Património Cultural e Natural”		
Ações	Investimento €	%
2. Património Cultural Restaurado, Renovado e Protegido	3.678.194	81,3
3. Potencialização turística, económica e cultural	35.000	0,8
4. Internacionalização do programa	45.000	1,0

³ Projeto patrocinado pelo mecanismo financeiro europeu *European Economic Area Grants (EEA Grants)* tendo como operador a Direção Regional de Cultura do Centro (DRCC) e como promotor a Rede de Judiarias de Portugal.

5. Desenvolvimento económico das Comunidades locais, revitalização da herança cultural e natural	125.000	2,8
6. Património cultural acessível ao público	167.001	3,7
7. História Cultural Documentada	39.027	0,9
8. Sensibilização para o diálogo intercultural e diversidade	45.001	1,0
9. Identidade cultural dos cidadãos reforçada	389.429	8,6
Total	4.523.652	100,0

Fonte: *Elaboração própria com base nos dados disponibilizados pela DRCC (2018)*

Note-se que, a maior parte das sinagogas existentes com culto religioso são recentes pois, segundo Martins (2010), quase todas as sinagogas medievais desapareceram do território português na sequência da expulsão dos judeus, tendo sobrevivido apenas duas, a de Tomar e a de Castelo de Vide. As intervenções realizadas em Tomar, Almeida, Castelo Branco e Sabugal, permitiram “devolver” à sociedade outrora centros de celebração da cultura religiosa judaica há muito “escondidos” ou “abafados” por outro tipo de usos e, não raras vezes, “esquecidos” entre escombros amorfos, tendo-lhes sido atribuída uma função mais museológica do que propriamente religiosa, transformando-os em importantes centros de evocação de memórias.

Aliás, neste sentido, importa também destacar a relevância do trabalho efetuado ao nível da preservação e da interpretação de muita da herança judaica consagradas em pouco mais de uma dezena de espaços/casas da memória, museus e sobretudo centros de interpretação integralmente dedicados à cultura judaica. Os centros de interpretação satisfazem uma nova procura social e ajudam a gerir bens patrimoniais e culturais. São equipamentos com serviços destinados à apresentação, comunicação e exploração do património cultural, oferecendo uma leitura interpretada não evidente na mera contemplação de objetos (Saraiva & Carvalho, 2013). Por seu lado, os museus ou núcleos museológicos de nível local constituem importantes fatores de desenvolvimento já que, ao estarem inseridos nas diferentes comunidades, defendem uma nova perspetiva museológica assente na participação comunitária, na dinâmica do património e da memória, assumindo um papel relevante na valorização dos recursos locais, na valorização patrimonial, na valorização de aspetos culturais, no apoio ao ensino, fomento do emprego e formação profissional (Primo, 2006). Neste caso específico assumem a função de promover o resgate cultural de uma comunidade que se isolou ao longo do tempo para proteger os seus membros de perseguições de carácter político e religioso. Foram criados de raiz e/ou requalificados espaços para esta função em Leiria, Almeida, Alenquer, Penamacor, Bragança, Monsaraz, Elvas, Torres Vedras, Trancoso, Lisboa, Belmonte e Castelo de Vide, a grande maioria localizados no interior, e que consubstanciam importantes fontes de dinamismo para estes territórios.

Salienta-se ainda as ações *Identidade cultural dos cidadãos reforçada* e *Património cultural acessível ao público* que com um total investido substancialmente mais reduzido (cerca de 9% e 4% do total de investimento respetivamente), no seio das quais foram realizadas diversas ações de valorização, promoção e divulgação com especial ênfase na sinalética.

4.2. Indicadores da procura

Em Portugal, a tendência de reviver remanescências judaicas chegou um pouco mais tarde comparativamente com o resto da Europa, e mesmo com Espanha (Krakover, 2012; 2013). De acordo com Leite (2007), desde meados dos anos 90 do século XX que a marca “Portugal Judaico” emergiu com sucesso como destino turístico internacional baseando-se numa experiência essencialmente de cariz interativo apelando à imaginação, entusiasmo e a um sentido de contínua descoberta, seja de sinais invisíveis da herança/vivência judaica, seja dos vários vestígios visíveis.

Os dados estatísticos disponíveis demonstram a importância que a procura judaica tem vindo a adquirir, nomeadamente aqueles referentes aos hóspedes e dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico onde o mercado com origem em Israel tem registado um crescimento

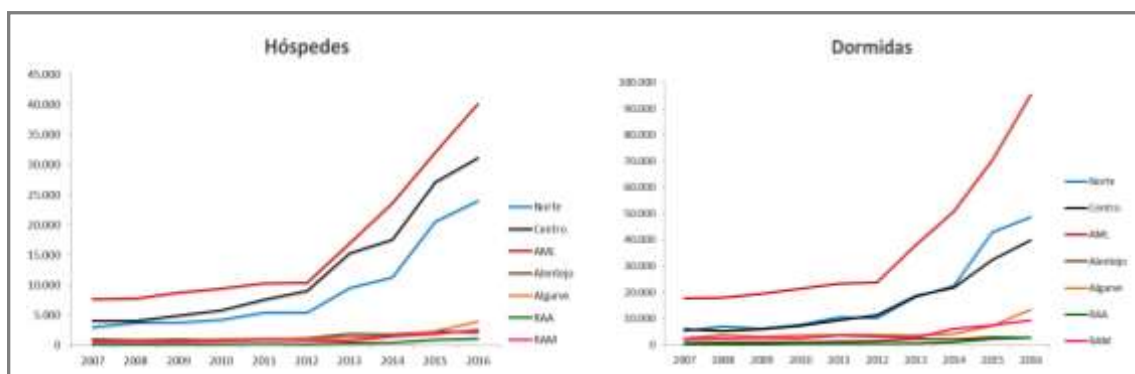
gradual. Em 2007, Portugal recebia cerca de 17 mil hóspedes israelitas, um valor que se multiplicou por seis num período de 10 anos, observando-se em 2016 perto de 105 mil hóspedes, o que representou um crescimento de mais de 500%, e uma quota de mercado que, embora residual no seio da procura global, passou de 0,2% para 0,5%. Este crescimento traduziu-se de igual modo num aumento do número de dormidas, tendo sido contabilizadas quase 212 mil em 2016 (Quadro 2). Refira-se que o mercado de Israel, considerando os hóspedes e dormidas, foi o terceiro que mais cresceu entre 2010 e 2016, apenas ultrapassado pela China e República da Coreia. Entre 2015 e 2016, este mercado registou o quinto maior crescimento de hóspedes e o segundo maior crescimento em número de dormidas (INE, 2008-2017).

A expressão territorial desta evolução não foi uniforme, do mesmo modo que a distribuição no território dos hóspedes e dormidas é heterogénea, refletindo a matriz de distribuição dos vestígios e vivências judaicas no país. De acordo com a figura 10 é sobretudo a partir de 2012 que se verifica uma explosão de hóspedes e dormidas de origem israelita, em particular na Área Metropolitana de Lisboa (AML), Norte e Centro, muito embora seja a Região Autónoma dos Açores (RAA) que em termos relativos regista a maior evolução em ambos os indicadores, tendo passado de apenas 63 hóspedes e 133 dormidas em 2007 para 1.096 e 2.596 respetivamente, em 2016.

Quadro 2. Hóspedes e Dormidas nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico, de residentes em Israel (2007-2016)

Anos	Hóspedes		Dormidas	
	Nº	Var. %	Nº	Var. %
2007	16.721		35.071	
2008	17.865	6,8	37.493	6,9
2009	19.621	9,8	38.755	3,4
2010	21.785	11,0	43.526	12,3
2011	26.134	20,0	51.859	19,1
2012	27.753	6,2	53.474	3,1
2013	45.657	64,5	83.695	56,5
2014	57.346	25,6	108.328	29,4
2015	86.960	51,6	165.115	52,4
2016	104.795	20,5	211.943	28,4
Varição 2007-2016 (%)	526,7		504,3	
Varição 2013-2016 (%)	129,5		153,2	

Fonte: Elaboração própria com base em dados cedidos pelo INE (2008-2017)

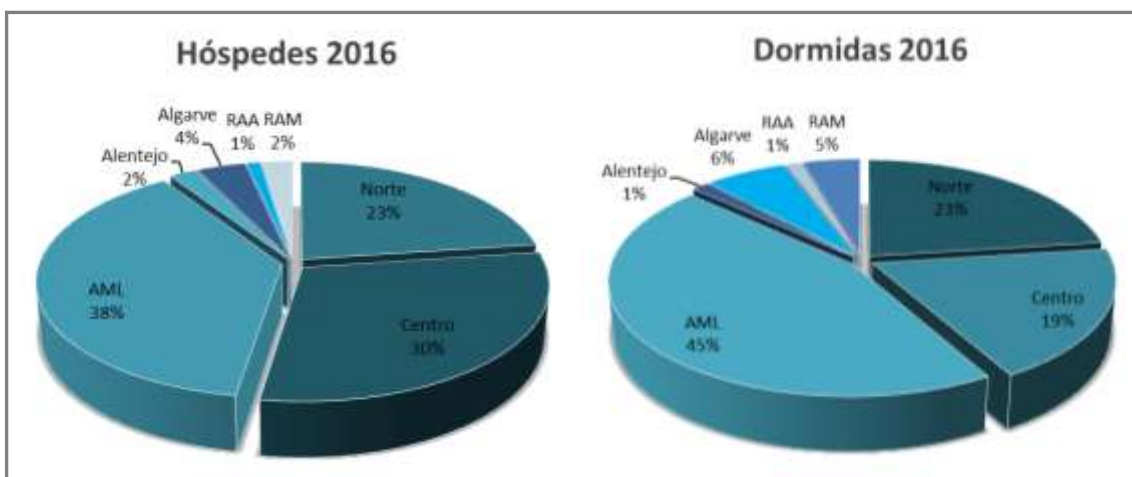


Fonte: Elaboração própria com base em dados cedidos pelo INE (2008-2017)

Figura 10: Evolução do número de hóspedes e dormidas, com origem em Israel, por NUT II (2007-2016)

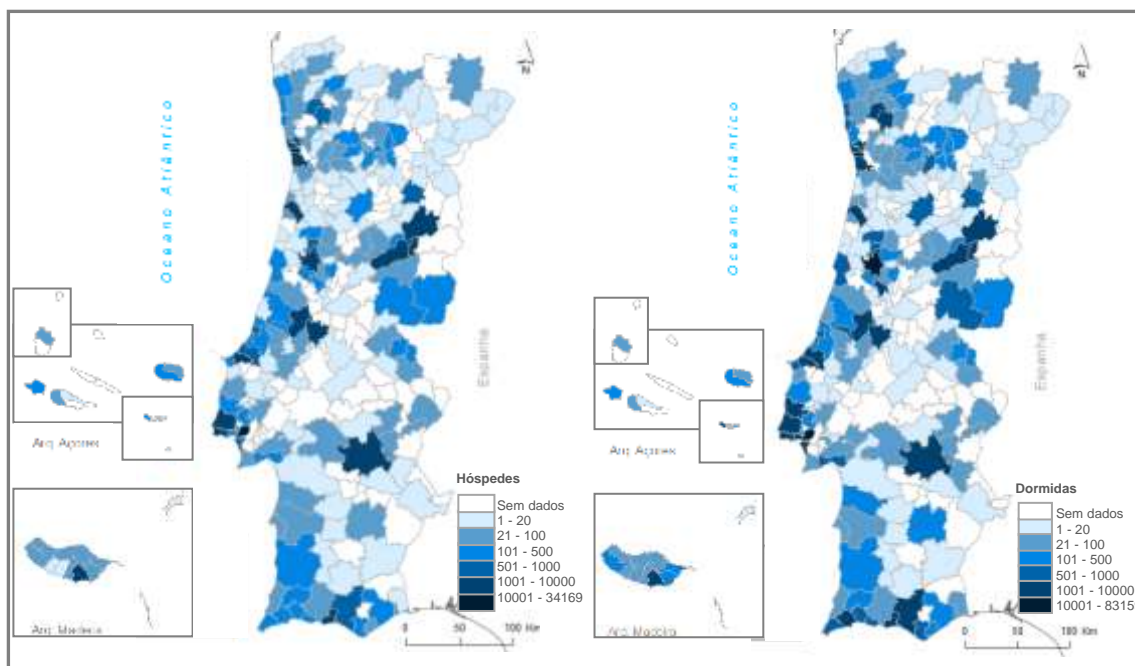
Os dados mais recentes, relativos a 2016, revelam que a Área Metropolitana de Lisboa é a região que detém a maior proporção de hóspedes (38%) e dormidas (45%) já que é em Lisboa que se encontra a maior comunidade judaica do país (Pignatelli, 2000), seguida da região Centro (30% e 19%) e Norte (23% em ambos os indicadores). Em sentido oposto, o Alentejo e a Região Autónoma dos Açores demonstram ser as regiões com menos importância nos destinos deste grupo (Figura 11).

À semelhança do que acontece em termos de atração turística global do país, são também, a este nível, as sub-regiões da Área Metropolitana do Porto e Área Metropolitana de Lisboa com os respetivos concelhos âncora que sobressaem nestes indicadores (Figura 12). As figuras revelam que, para além destes dois grandes centros recetores de turistas israelitas, as sub-regiões Região de Coimbra e Beiras e Serra da Estrela também detêm uma posição significativa, representando quase 60% do total de hóspedes e dormidas da região Centro e 17% e 11% respetivamente do total registado para o país, destacando-se os concelhos de Coimbra, Guarda, Covilhã e Belmonte. Sublinhe-se que é a região Centro, em particular o seu interior, que guarda o maior espólio de vestígios, tendo sido o último refúgio da comunidade judaica. Uma nota para o concelho de Ourém e Tomar, na sub-região do Médio-Tejo, cuja dimensão estará intimamente relacionada com a localização do Santuário de Fátima e da Sinagoga/Museu de Tomar, e ainda do Funchal na Ilha da Madeira.



Fonte: Elaboração própria com base em dados cedidos pelo INE (2017)

Figura 11: Proporção de hóspedes e dormidas, com origem em Israel, por NUT II, em 2016



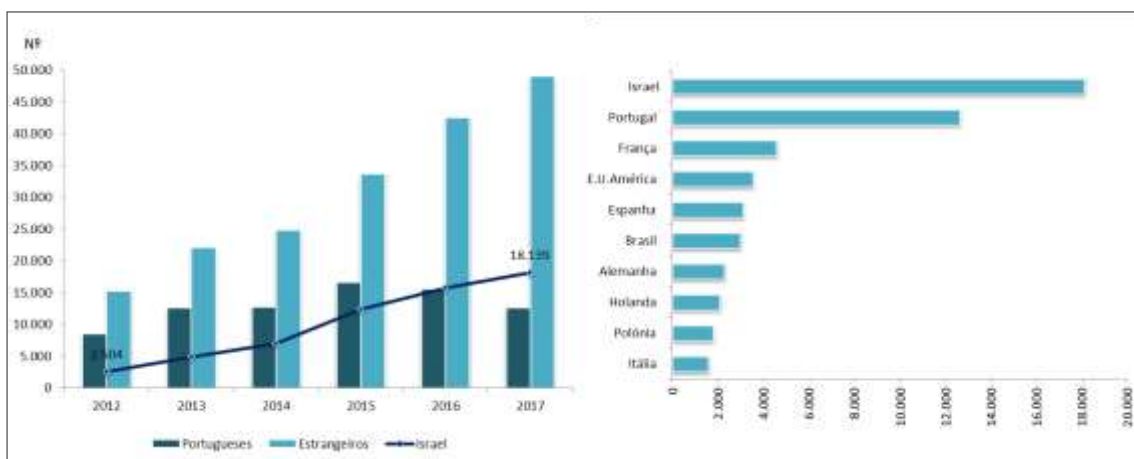
Fonte: *Elaboração própria com base em dados cedidos pelo INE (2017)*

Figura 12: Hóspedes e Dormidas nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico de residentes em Israel, por município, em 2016

Entre os locais de culto religioso e atrações museológicas e memorialísticas a frequência de visitantes tem vindo a aumentar exponencialmente. É o caso, por exemplo, das sinagogas de Tomar e Castelo de Vide, do museu judaico de Belmonte ou de outros centros de interpretação disseminados um pouco por toda a Rede de Judiarias.

A sinagoga de Tomar, único exemplar do século XV, testemunha a importância que a comunidade judaica terá tido na cidade desde o século XIV. Embora tenha tido diversas funções ao longo dos tempos, foi classificada como Monumento Nacional em 1921 e doada ao Estado Português em 1939 para aí ser instalado o museu luso-hebraico de Abraão Zacuto, cujo acervo, integra sobretudo as inúmeras doações dos judeus visitantes refletindo, desta forma, o desejo de pessoas de todo o mundo em criar um espaço comemorativo judaico em Portugal (Leite, 2007), e também algumas lápides, umas originais e outras reproduções, provenientes de vários locais do país (RJP, 2018b).

Na figura 13 observa-se que há um aumento de procura das visitas na Sinagoga/Museu, que entre 2012 e 2017 mais do que duplicou (+160%). A proporção de estrangeiros em relação aos visitantes nacionais, que vêm perdendo peso (-24% entre 2015 e 2017), é claramente dominante no período em análise, representando em 2017 cerca de 80% do total de visitantes, facto que demonstra o carácter internacional desta atração. O mercado israelita assume desde 2016 o lugar cimeiro, ultrapassando o público nacional, sendo que em 2017, representava 29% do total da procura deste local, quando em 2012 esse valor não chegava aos 11% (+624%). O mercado proveniente do norte e leste da Europa e da Austrália foi o que mais cresceu durante este período. A Suécia e a Irlanda registaram acréscimos de quase 300% em 2017 face ao ano anterior, pelo contrário a Dinamarca teve um decréscimo de visitantes na ordem dos 50%.



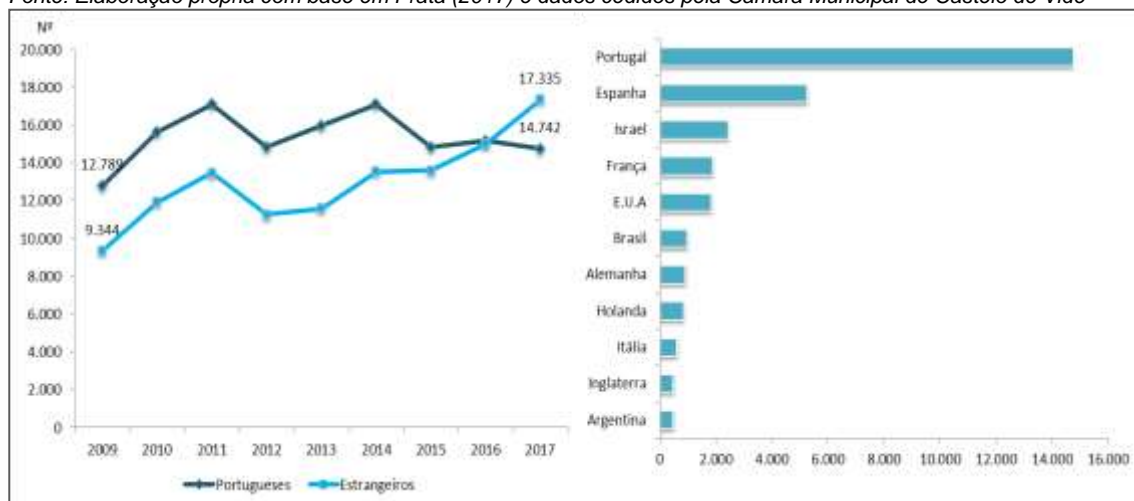
Fonte: Elaboração própria com base em dados cedidos pela Sinagoga de Tomar (ST, 2018)

Figura 13: Evolução dos visitantes nacionais e estrangeiros da Sinagoga de Tomar (2012-2017) e as dez principais nacionalidades (2017)

A antiga sinagoga de Castelo de Vide, datada do século XIV, localiza-se na antiga judiaria e funciona atualmente como museu dedicado à história da comunidade judaica nesta vila. Entre 2009 e 2017 registou um aumento de cerca de 45%, em particular de visitantes estrangeiros (+86%) que neste último ano superaram o mercado nacional e representam mais de metade do total de visitantes (54%). Espanha é o mercado estrangeiro dominante com um peso de 30% seguido de Israel que registou um aumento de 25% em relação a 2016 (Figura 14), assinalando-se ainda a importância crescente do mercado sul-americano com a Argentina e o Brasil a registarem acréscimos de 2000% e de 110% respetivamente de visitantes face ao ano anterior (CMCV, 2018).

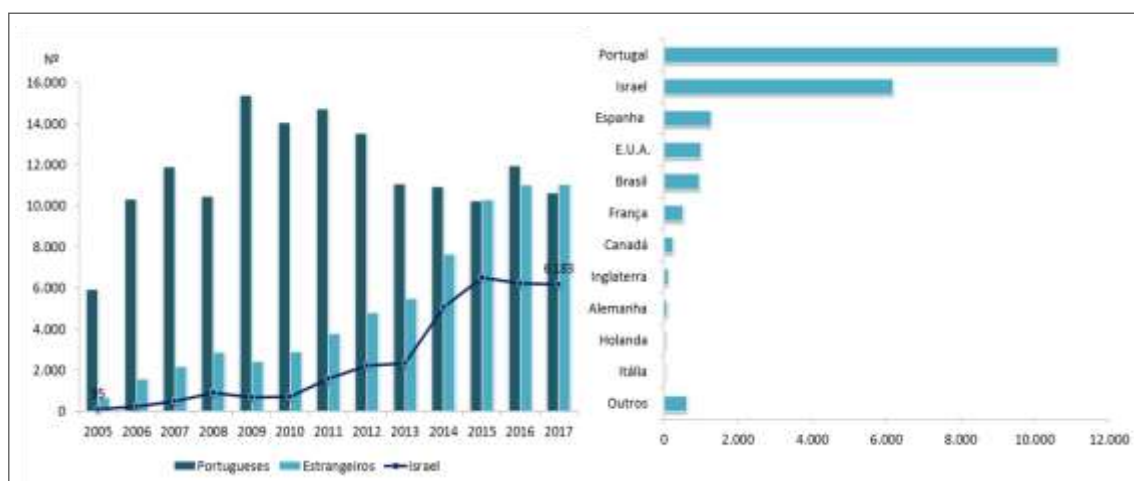
O Museu Judaico de Belmonte, inaugurado em 2005, é o primeiro do país a abordar esta temática e tornou-se num dos museus mais visitados da cidade e da região (Dinis & Krakover, 2016). Desde a sua abertura até 2017 registou um aumento de visitantes de mais de 220%. Ao contrário da Sinagoga de Tomar, o mercado nacional foi sempre dominante até 2015, ano em que foi ultrapassado pelo mercado estrangeiro, situação que se repetiu novamente em 2017. Neste último ano destaca-se Israel que corresponde a mais de metade do mercado estrangeiro (56%), alcançando uma representatividade de 29% sobre o total de visitantes, bastante destacado dos restantes, embora se registre um decréscimo de 5% face a 2015, ano em que o museu acolheu o maior número de israelitas. O mercado de Israel foi o que mais cresceu neste período (+6400%) demonstrando uma evolução positiva de grande relevo quando comparado com o ano de abertura em que não chegava aos 2% do total de visitantes. A Espanha, é o segundo mercado internacional, devido sobretudo à proximidade geográfica (Figura 15).

Fonte: Elaboração própria com base em Prata (2017) e dados cedidos pela Câmara Municipal de Castelo de Vide



(CMCV, 2018)

Figura 14: Evolução dos visitantes nacionais e estrangeiros da Sinagoga de Castelo de Vide (2009-2017) e as dez principais nacionalidades (2017)



Fonte: Elaboração própria com base em Gonçalves (2016) e dados cedidos pela EMPDS Belmonte (2018)

Figura 15: Evolução dos visitantes nacionais e estrangeiros do Museu Judaico de Belmonte (2005-2017) e principais nacionalidades (2017)

O quadro 3 sintetiza informação relativa à visitação de um conjunto de espaços que surgiram no âmbito do projeto *Rotas de Sefarad, Valorização da Identidade Judaica Portuguesa no Diálogo Inter-Culturas* com a função de preservar o legado e memória da cultura e vivência judaica de cada território que se situam num patamar de visitação inferior aos exemplos analisados acima. Destaca-se a Casa da Inquisição de Monsaraz (abertura em 2016) com mais de 9.500 visitantes, cerca de 41% de origem estrangeira; a Casa do Bandarra em Trancoso que ultrapassou os 7 mil logo no primeiro ano (2017) registando 3/4 de portugueses e uma proporção de público de origem israelita que ocupa a posição cimeira no âmbito do mercado estrangeiro (48%) e representa 12% do total de visitantes; e o Memorial e Centro de Documentação Sefardita de Bragança, também com abertura em 2017, que alcançou mais de 4 mil visitantes e registou a segunda maior percentagem de público estrangeiro (38%) deste conjunto, embora aqui sejam os visitantes espanhóis a dominarem.

Quadro 3. Visitantes por atração dedicada à cultura judaica

Atrações	Total de visitantes 2017	% de estrangeiros
Centro de Interpretação da Cultura Sefardita do Nordeste Transmontano (Bragança)	4.301	37,7
Casa do Bandarra (Trancoso)	7.383	24,6
Centro de Memória Judaica (Vila Nova de Paiva)	1.450	-
Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição (Alenquer)	3.441	2,2
Casa da Inquisição (Reguengos de Monsaraz)	9.560	40,6

Fonte: *Elaboração própria com base em dados cedidos pela Rede de Judiarias de Portugal (RJP, 2018c)*

Estes espaços que proporcionam, na opinião de Leite (2007), a materialização da ausência dos judeus, apresentam dimensões de visitação diferentes destacando-se a sinagoga/museu de Tomar que alcançou em 2017 mais de 60 mil visitantes. A sua localização perto do Convento de Cristo e do Santuário de Fátima explicarão esta dinâmica, em parte, mas o facto de se tratar de uma das poucas construções que restaram após perseguição aos judeus e de ser o mais antigo espaço dedicado à cultura judaica que é permanentemente enriquecido com contribuições de judeus de todo o mundo, tomarão com toda a certeza lugar de destaque nesta justificação. Este local destaca-se dos demais também pelo facto do mercado estrangeiro ter sido sempre dominante em relação ao nacional. Já as restantes atrações analisadas apresentam trajetórias semelhantes em termos de mercados da procura: o público nacional domina num primeiro momento, o que leva a crer que os espaços dedicados à cultura e memória judaica são em grande proporção visitados por indivíduos que não professam o judaísmo, mas tem perdido expressão nos últimos anos motivado talvez pela crise económica interna, não resultando contudo esta perda num decréscimo total de visitantes, antes pelo contrário, aumentaram sobretudo através do mercado externo que cresce e é dominante nos três exemplos destacados e que tenderá a predominar também em alguns centros de interpretação de dimensão menor num futuro próximo, como o de Reguengos de Monsaraz e o de Bragança.

À parte desta análise dicotómica entre mercado nacional e estrangeiro, é importante analisar com mais detalhe este último. Assim, deve registar-se o aumento considerável de israelitas em todas as atrações, sendo já a principal origem dos visitantes na sinagoga de Tomar e também na Casa do Bandarra (Trancoso) e a segunda na sinagoga de Castelo de Vide e no museu de Belmonte, comprovando a importância que o “Portugal Judaico” tem adquirido para o povo judeu. Chama-se também a atenção para a procura expressiva com origem nos Estados Unidos da América que tem crescido de ano para ano. Note-se que a comunidade judaica na América é forte e influente (cerca de 6 milhões) sendo que Nova Iorque (2 milhões) e Los Angeles (660 mil) acolhem as maiores comunidades judaicas do mundo fora de Israel, o que aliado ao facto de Portugal estar a beneficiar em termos gerais de um aumento de turistas americanos, explicará esta dimensão de visitantes. Estes factos têm motivado, por parte das entidades nacionais, ações de promoção desta componente inexplorada do turismo junto deste amplo mercado (Guerra, 2018). O norte e leste da Europa têm aumentado e consolidado a sua presença, sobretudo na sinagoga de Tomar, na sinagoga de Castelo de Vide é o mercado sul-americano que tem evoluído de forma surpreendente assim como no museu de Belmonte, em particular o mercado brasileiro devido à sua ligação com o descobridor do Brasil, Pedro Álvares Cabral, natural desta localidade. Estas atrações revelam um forte grau de internacionalização cada vez mais alimentado por judeus.

Permanecem por estudar as características e motivações subjacentes aos diferentes mercados que visitam espaços nacionais de celebração da cultura e memória judaica que seriam fundamentais para perceber com mais consistência os contornos deste segmento.

5. NOTAS CONCLUSIVAS: OPORTUNIDADES E DESAFIOS

Na Europa desenrolou-se muita da história do povo judeu. Uma permanência e vivência que deixou marcas e vestígios transformados em património cultural de extrema relevância e sobre o qual pende um crescente interesse, em particular desde a queda do comunismo. A procura de raízes e de memórias, de uma “herança” e uma “identidade” são componentes transversais a muitos países europeus, tendo originado o aparecimento de um “novo” segmento de turismo, o turismo de património judaico, alimentado por judeus e não judeus, que se tem vindo a consolidar nos últimos anos.

Portugal foi também ponto de passagem e fixação de vagas de judeus com origens anteriores à própria nacionalidade. Contudo, a destruição imposta pelas perseguições e o tribunal inquisitório deixou o país pobre em elementos patrimoniais de grande relevo. Mesmo assim, este desígnio não tem sido impedimento para a atração crescente de visitantes que vêm à descoberta do “Portugal Judaico”, já que o país dispõe de um legado importante de vestígios, tangíveis, mas essencialmente intangíveis, que só um olhar mais atento, conhecedor, imaginativo ou emocional consegue decifrar e materializar, mas que também vêm à procura das suas raízes possibilitada pela recente legislação.

O produto turismo de património judaico vem-se desenvolvendo numa base de cooperação inter-regional através do estabelecimento da Rede de Judiarias de Portugal que beneficiou de uma bolsa de cerca de 4 milhões de euros atribuída pela *EEA Grants*, para que se recuperassem edifícios, criassem museus e centros interpretativos assim como se colocasse sinalética (DRCC, 2018). Mais recentemente foi atribuído novo investimento de cinco milhões de euros nas judiarias portuguesas (Rogrigues, 2018). Este segmento de turismo tem beneficiado de campanhas promocionais junto de mercados com enorme potencial como é o caso dos EUA (Guerra, 2018), prevendo-se o alargamento ao Canadá e Brasil, onde também existem comunidades relevantes (Rogrigues, 2018).

A procura pelo património judaico tem registado uma evolução positiva, tal como ficou evidente através dos exemplos analisados. E, embora o público português constitua um mercado importante, tem decaído e em algumas situações foi ultrapassado pelo mercado estrangeiro, do qual se destaca o de origem israelita. Apesar de ser nas metrópoles de Lisboa e Porto onde o fluxo de turismo judaico tem registado um maior incremento, esta dinâmica é visível e particularmente importante e impactante em regiões do interior do país, caracterizadas pelo declínio populacional e económico, onde esta procura pelo património judaico pode fazer a diferença e contribuir para o desenvolvimento do turismo nestes territórios. Neves e Krakover (2016) corroboram esta tendência generalizada de que o turismo judaico constitui um importante e crescente segmento do turismo capaz de atrair visitantes de mercados distantes, todavia, a partir do estudo de caso de Belmonte, chamam a atenção para o facto deste nicho enfrentar uma série de desafios ao nível do desenvolvimento de serviços de apoio para sustentar a crescente procura e permitir a retenção de mais valor na região. Os autores concluem que este segmento de turismo para ser viável deve ser desenvolvido como um cluster de produtos de modo a torná-lo viável, que o envolvimento do governo local é crucial e que a sustentabilidade dos produtos de nicho dependem da união de redes de distribuição locais e globais.

O potencial de mercado judaico é atualmente de cerca de 14,5 milhões, 6,5 milhões (44,4%) só em Israel (JVL, 2018). O mercado da procura israelita está em franco crescimento e tem sido encarado como uma oportunidade pelos diversos intervenientes no processo de construção deste produto. O desenvolvimento da hotelaria é a face mais visível da mudança que os judeus estão a proporcionar à raia. Em abril de 2016 abriu o Belmonte Sinai Hotel, a primeira unidade de alojamento do país criada com foco no turismo judaico onde mais de metade dos hóspedes são judeus (Rodrigues, 2018). Em Trancoso, o hotel tem adaptado os seus serviços (cozinha em particular) aos muitos turistas judeus que tem recebido desde há dois anos e que passaram a representar 25% da faturação (Ribeiro, 2016; Rodrigues, 2018). Para dar resposta a este serviço diferenciado estão a surgir cada vez mais produtores de carne, queijo e azeite que seguem as leis da Tora, o que tem dinamizado a economia local e tem-se assistido ao estabelecimento de judeus de outros países e regresso de outros que tinham emigrado para abertura de negócios na área da hotelaria e comércio. Para além disso, acresce o facto de que

desde a aprovação da legislação tem emergido em paralelo o mercado de investigação genealógica (Rodrigues, 2018).

Apesar do “Portugal Judaico” ser considerado uma paisagem fantasmagórica, a conversão desta herança abstrata num produto turístico tangível é uma concretização bem real e em crescimento. Neste sentido, o turismo judaico em Portugal é assinalado por entidades públicas e privadas como um nicho estratégico sobre o qual se reúnem esforços de desenvolvimento e promoção. Depois da cultura e património judaico terem estado durante séculos encobertos, esta história de um retorno está longe de estar concluída.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ashworth, G. J. (2003): “Heritage, identity and places: For tourists and host communities”. In: Singh, S. Timothy, D. J. and Dowling, R. K. (Eds.) *Tourism and destination communities*. CAB International. Wallingford, UK, pp. 79-97.
- Ashworth, G. J. (2011): “Preservation, conservation and heritage: Approaches to the past in the present through the built environment”. In *Asian Anthropology*, 10(1), pp.1-18.
- Bandarra, G. (2001): “As profecias de Bandarra”. Moderna Editorial Laves, Estarreja.
- Câmara Municipal de Belmonte (CMB) (2018): Museu Judaico. Disponível em: <https://cm-belmonte.pt/diretorio/museu-judaico/>. Consultado a 21 de maio de 2018.
- Câmara Municipal de Castelo de Vide (CMCV) (2018): “Castelo de Vide Fluxos Turísticos – 2017. Afluência de visitantes à Sinagoga Medieval”. Câmara Municipal de Castelo de Vide, Castelo de Vide (Realizado pedido específico).
- Comunidade Israelita do Porto (CIP) (2018): História. Disponível em: <http://www.comunidade-israelita-porto.org/x#19>. Consultado a 28 de maio de 2018.
- 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.
- Cuesta, M. J. (2008): “La Odissea de la memória”. Alianza Editorial, Madrid.
- Dinis, A. & Krakover, S. (2016): “Niche tourism in small peripheral towns: The case of Jewish heritage in Belmonte, Portugal”. In *Tourism Planning & Development*, 13(3), pp. 310-332.
- Direção Regional de Cultura do Centro (DRCC) (2018): Rotas de Sefarad. Valorização da Identidade Judaica Portuguesa no Diálogo Interculturais. Disponível em: <https://www.drcc.gov.pt/ros/site/?module=site&target=home>. Consultado a 23 abril de 2018.
- EMPDS Belmonte (2018): Visitantes do Museu Judaico de Belmonte de 2011 até 2017. Empresa Municipal de Promoção e Desenvolvimento Social do Concelho de Belmonte, Belmonte (Realizado pedido específico).
- Fernandes, J. L. (2005): “Imagem e simbolismo dos lugares na problemática do desenvolvimento”. In: Caetano, L. (Coord.) *Território e Trajetórias de Desenvolvimento*. CEG. Coimbra, pp. 157-176.
- Flesler, D. & Pérez Melgosa, A. (2010): “Hervás, convivencia and the heritagization of Spain’s Jewish past”. In *Journal of Romance Studies*, 10(2), pp. 53-76.
- Gonçalves, E. V. (2016): “Museu Judaico de Belmonte. Memória e Identidade Criptojudáica”. Dissertação de mestrado em História, especialização em Museologia. Departamento de

História, Estudos Europeus, Arqueologia e Artes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra.

- Gruber, R. E. (2002): "Virtually Jewish: Reinventing Jewish culture in Europe". University of California Press, Berkeley.
- Gruber, R. E. (2007): "Jewish heritage travel. A guide to Eastern Europe". National Geographic Society, Washington, DC.
- Guerra, A. R. (2018): Turismo judaico é nova estratégia de promoção de Portugal. Diário de Notícias, 11/02/18. Disponível em: <https://www.dn.pt/portugal/interior/turismo-judaico-e-nova-estrategia-de-promocao-de-portugal-9111399.html>. Consultado a 25 de maio de 2018.
- Halbwachs, M. (1997): "La mémoire collective". Éditions Albin Michel, Paris.
- Heitlinger, A. (2013): "In the shadows of the Holocaust and communism: Czech and Slovak Jews since 1945". Indiana University Press, Bloomington, IN.
- Instituto Nacional de Estatística (INE) (2008-2017): "Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos". Instituto Nacional de Estatística, Lisboa (Realizado pedido específico).
- Jewish Virtual Library (JVL) (2018): Vital Statistics: Jewish Population of the World (1882 – Present). Disponível em <http://www.jewishvirtuallibrary.org/jewish-population-of-the-world>. Acedido a 27 de maio de 2018.
- Krakover, S. (2012): "Coordinated marketing and dissemination of knowledge: Jewish heritage tourism in Serra da Estrela, Portugal". In *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 17/18(1), pp. 11-16.
- Krakover, S. (2013): "Generation of a tourism product: Jewish heritage tourism in Spain". In *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 3(2), pp. 142-168.
- Krakover, S. (2017): "A heritage site development model: Jewish heritage product formation in south-central Europe". In *Journal of Heritage Tourism*, 12(1), pp. 81-101.
- Le Goff, J. (2000): "História e Memória". Edições 70, Lisboa.
- Leite, N. (2007): "Materializing absence: Tourists, surrogates, and the making of "Jewish Portugal". In Robinson, M. (Ed.) *Things that move: The worlds of tourism and travel* (Conference Proceedings). Centre for Tourism and Cultural Change, Leeds.
- Luzzati, S. B. & Rocca, R. D. (2011): "Judaísmo". Electa, Milão.
- Malheiros, A. P., Lourenço, P. C. & Almeida, A. S. A. (2016): "Contributos Para a Assunção Identitária do Património Judaico em Portugal - O caso de Belmonte". In *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, nº 43, pp. 69-88.
- Martins, J. (2010): "Breve História dos Judeus em Portugal". Nova Vega, Lisboa.
- Ministério da Economia/Turismo de Portugal (ME/TP) (2015): Turismo 2020 – cinco princípios para uma ambição. Disponível em: <https://www.google.pt/url?url=https://www.portugal.gov.pt/media/13438865/turismo-2020-cinco-principios-para-uma-ambicao.pdf>. Consultado a 27 de maio de 2018.
- Patrão, J. (2012): "Rede de judiarias de Portugal: Descobrir a história judaica na história de Portugal". Rede de Judiarias de Portugal, Belmonte.
- Pignatelli, M. (2000): "A Comunidade Israelita de Lisboa. O Passado e o Presente na Construção da Etnicidade dos Judeus de Lisboa". Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa.

- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2004): "Links between tourists, heritage, and reasons for visiting heritage sites". In *Journal of Travel Research*, 43(1), pp. 19-28.
- Prata, C. M. G. (2017): "A Herança Cultural Judaica e o Turismo em Castelo de Vide". Dissertação de Mestrado em História, Arqueologia e Património. Universidade Autónoma de Lisboa, Lisboa.
- Primo, J. (2006): "A importância dos museus locais em Portugal". In *Cadernos de Sociomuseologia*, Nº 25, pp. 41-62.
- Rede de Judiarias de Portugal (RJP) (2017): "Rede de Judiarias de Portugal/Rotas de Sefarad – Brochura". Rede de Judiarias de Portugal, Belmonte.
- Rede de Judiarias de Portugal (RJP) (2018a): Quem Somos. Disponível em: <http://www.redejudiariasportugal.com/sefarad/index.php/pt/quem-somos>. Consultado a 15 de maio de 2018).
- Rede de Judiarias de Portugal (RJP) (2018b): A Rede/Tomar. Disponível em: <http://www.redejudiariasportugal.com/index.php/pt/cidades/castelo-de-vide>. Consultado a 15 de maio de 2018).
- Rede de Judiarias de Portugal (RJP) (2018c): Visitantes de várias atrações dedicadas à cultura judaica. Rede de Judiarias de Portugal, Belmonte (Realizado pedido específico).
- Ribeiro, M. B. (2016): "Serviço hoteleiro e cultura judaica: caso do hotel Turismo de Trancoso". Projeto de Estágio em Gestão e Planeamento em Turismo. Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Rodrigues, R. J. (2018): Judeus: estará em Portugal a nova terra prometida?. Revista Notícias Magazine, 21/02/2018. Disponível em: <https://www.noticiasmagazine.pt/2018/estara-em-portugal-a-nova-terra-prometida-dos-judeus/>. Acedido a 09 de abril de 2018.
- Russo, A. P., & Romagosa, F. (2010): "The network of Spanish Jewries: In praise of connecting and sharing heritage". In *Journal of Heritage Tourism*, 5(2), pp. 141-156.
- Saraiva, B. & Carvalho P. (2013): "Património judaico e turismo cultural em Trancoso". In *Turydes – Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 6(14).
- Sinagoga de Tomar (ST) (2018): Movimento de Visitantes – Sinagoga – Ano 2012 a 2017. Sinagoga de Tomar, Tomar (Realizado pedido específico).
- Smith, L. (2006): "Uses of heritage". Routledge, London.
- Steinhardt, I. (2012): "Raízes dos judeus em Portugal: entre Godos e Sarracenos". Vega, Lisboa.
- Tavares, M. J. F. (2004): "A herança judaica em Portugal". CTT, Lisboa.
- Yerushalmi, Y. H. (1982): "Zakhor: Jewish History and Jewish Memory". University of Washington Press, Seattle.