

O turismo de jardins em Portugal: **Realidade** ou **utopia**? Uma análise aos *tours* de jardins no país

SUSANA SILVA * [susanageog@sapo.pt]

PAULO CARVALHO ** [paulo.carvalho@fl.uc.pt]

Resumo | Os espaços de consumo lúdico/turístico são cada vez mais diversos, particulares, originais e inesperados até. Os jardins constituem um desses espaços particulares, e corporizam na perfeição esta ideia de espaço lúdico transversal aos tempos e às sociedades. Muito pouco original, portanto, nesta sua natureza intrínseca; contudo, poder-se-á dizer que a dimensão que vem tomando o seu consumo lúdico/turístico é que é original, um fenómeno para muitos. Este trabalho apresenta e discute o turismo de jardins em Portugal através da análise exploratória dos roteiros de jardins nacionais e internacionais disponíveis *online*. Conclui-se que existe um nicho de turismo que, embora pouco conhecido e reconhecido nos circuitos turísticos globais, poderá ter uma ampla progressão no país.

Palavras-chave | Lazer e turismo, Jardins, Rotas/percursos, Turismo de jardins.

Abstract | The spaces for recreational/tourism consumption are increasingly diverse, particular, originals and unexpected. The gardens are one of those particular spaces, and materializes in a perfect way this idea of a leisure space transverse to the times and societies. This intrinsic nature is not very original; however, it could be said that the current dimension of its recreational/tourist consumption is unique, even a phenomenon. This paper presents and discusses the garden tourism in Portugal through an exploratory analysis of the national and international garden tours for Portugal, available online. It was concluded that there is a niche tourism, which although little known and recognized in the global tourist circuits, may have a huge progression in the country.

Keywords | Leisure and tourism, Gardens, Routes/trails, Garden tourism.

* **Doutoranda em Geografia Humana** na Universidade de Coimbra. **Investigadora** do Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território (CEGOT) das Universidades de Coimbra, Porto e Braga.

** **Doutor em Geografia** pela Universidade de Coimbra. **Professor Auxiliar** do Departamento de Geografia da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, e **Investigador** do Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território (CEGOT) das Universidades de Coimbra, Porto e Braga.

1. Introdução

O lazer constitui uma necessidade humana com um papel preponderante na qualidade de vida dos indivíduos, pelo que o tempo de lazer é um tempo cada vez mais pautado pela satisfação de necessidades essencialmente no domínio do imaterial, sob uma perspetiva holística. No tempo em que se vive, dominado por exigências a diversos níveis, colocam-se muitas expectativas sobre o tempo de lazer levando as pessoas a procurarem novas formas de descompressão e de bem-estar.

Os atuais espaços de consumo lúdico/turístico são diversos e originais. Os jardins são um desses espaços. Com um carácter lúdico intrínseco e transversal aos tempos e às sociedades, a visita a jardins é considerada uma forma de turismo cultural pós-moderna com um importante papel no tempo e necessidades de lazer do turista.

Este trabalho tem como objetivo central conhecer o segmento do turismo de jardins em Portugal, a sua expressão territorial e as suas características gerais, através da análise exploratória dos roteiros de jardins, nacionais e internacionais. Estes foram identificados numa pesquisa feita *online* inserindo as expressões 'tours de jardins em Portugal' e 'turismo de jardins em Portugal', 'garden tours in Portugal' e 'garden tourism in Portugal', 'tours des jardins aux Portugal' e 'tourisme des jardins aux Portugal' no motor de busca Google, entre final de 2011 a 2013.

O artigo está estruturado num conjunto de secções encabeçado, num primeiro momento, pela contextualização dos jardins enquanto recursos lúdico/turísticos, seguindo-se uma apresentação dos conceitos de *garden visiting*/turismo de jardins assim como as suas motivações predominantes. No ponto seguinte é discutida a realidade do turismo de jardins em Portugal onde é enfatizada a especificidade do jardim português e explorados os resultados da pesquisa feita aos roteiros. São identificados os operadores, os respetivos programas assim como as suas características, e ainda a sua

distribuição territorial. O último ponto sintetiza as principais conclusões deste estudo.

2. Os jardins no contexto do lazer, recreio e turismo

O lazer, enquanto tempo de não trabalho, ocupa cada vez mais uma posição importante na sociedade. As atividades recreativas que surgem dentro deste tempo de lazer são igualmente diversas, uma delas é o turismo. Os espaços de lazer e turismo são cada vez mais específicos, particulares e originais, a procura, também ela mais exigente, assim o determina. Um desses espaços de consumo lúdico/turístico é o jardim. "*Gardens play a significant role in the enjoyment of leisure time and the pleasures derived from the garden environment extend well beyond the parameters of the domestic garden*" (Connell, 2004, p. 229).

A importância dos jardins sempre foi muito para além da sua pura função utilitária, pois desde sempre tiveram um carácter lúdico e recreativo bem marcado, transversal às diferentes civilizações. Aos jardins egípcios, imbricados em estreita ligação com as casas, era atribuído um papel refrescante (Thacker, 1979), os jardins da Pérsia constituíam locais privilegiados para reuniões de trabalho, contemplação, tranquilidade espiritual, cultura, lazer e cortejo, já os jardins da antiguidade clássica, com ênfase nos romanos, eram utilizados tanto para encontros de trabalho como para usufruto do tempo de ócio. Os jardins fechados medievais cumpriam propósitos nutricionais, educativos e de meditação com destaque para os *giardini segreti* dos castelos reservados às damas (Masson, 1987; Thacker, 1979), os espaços do Renascimento de dimensões alargadas, de um refinamento estético extremo em termos ornamentais e de grande valor artístico, convidavam ao passeio (Lazzaro, 1990) e os parques municipais e jardins públicos do chamado "movimento dos parques urbanos



Figura 1 | Os diversos consumos lúdico-recreativos e turísticos do jardim.

do século XIX” que proporcionavam *“green refreshment for the bodies and souls of city-dwellers, were becoming a necessity for every well-run city”* (Johnson, 2007, p. 75).

A base do consumo lúdico e recreativo dos jardins manteve-se ao longo dos tempos aos quais se foram acrescentando outras maneiras de como os jardins podem ser consumidos na cultura e sociedade contemporâneas (Hewer, 2003), fruto da evolução das próprias sociedades e da forma como encaram os jardins, confirmando que estes *“can be enjoyed on many levels...our most accessible art form”* (Gouly, 1993, citado por Connell, 2004, p. 187). Aliar esta dimensão lúdica e recreativa à turística foi uma questão de tempo, evolução, oportunidade e visibilidade.

Parece facto assente a importância dos jardins enquanto locais de lazer, até porque estão intrinsecamente ligados à também considerada maior e mais popular atividade lúdica, a jardinagem (Benfield, 2013; Bhatti e Church, 2000). Benfield (2004, p. 6) refere mesmo que *“gardens are unique in their ability to meet all the needs of this population – education, leisure and workspace”*. E, à complexa teia de motivações de carácter lúdico e turístico do usufruto dos parques e jardins, uma vez que Hellyer (1997, citado por Connell, 2004, p. 232), faz notar que *“different people will seek different experiences and gardens mean different things to*

different people”, estão afetas atividades diversas, ativas ou passivas (Figura 1).

3. O *garden visiting*/turismo de jardins: Definição e motivações

Com um estatuto inquestionável de documentos culturais e históricos, símbolos de identidade e leitura dos territórios de grande importância (Andrade, 2008), Evans (2001) afirmou que os jardins constituem atrações turísticas por si só e por direito próprio, detendo por isso alto valor intrínseco e uma grande capacidade atrativa. De tal forma que, a visita a jardins, considerada uma forma de turismo cultural na sociedade pós-moderna com um papel de destaque no tempo e necessidades de lazer do turista contemporâneo (Connell, 2004), tem aumentado ao ponto de ser posicionada no campo dos fenómenos (Benfield, 2013; Connell e Meyer, 2004; Müller, 2011) e um dos nichos turísticos da pós-modernidade (Connell, 2004).

Thomas, Porteous e Simmons (1994, p. 2) englobam neste tipo de turismo os *“garden tours, garden festivals and special events”*; já Quintal (2009, p. 71) define-o como *“um nicho de turismo especializado nas visitas a jardins botânicos, jardins históricos e a outros jardins com elevada*



Fonte: Autoria própria (2011, 2012 e 2013).

Figura 2 | Consumos lúdicos e turísticos verificados em parques e jardins.

fitodiversidade". Benfield (2013, p. 15), socorrendo-se da definição apresentada pela Organização Mundial de Turismo de que turismo se pode referir a todas as atividades dos visitantes incluindo os turistas e os *same-day-visitors* (visitantes de um dia), esclarece que o turismo de jardins integra a viagem turística para/a jardins ou o ato de viajar com propósitos relacionados com jardins e jardinagem como festivais, compras, etc., definindo-o "as travel away from one's normal domicile to purchase, view, or spend reflective or educational time in an area of horticultural reation, most often with the moniker 'garden'".

Perde-se na linha do tempo a prática da visita a casas de campo e jardins, posicionadas sobretudo nos círculos das classes altas (Towner, 1996, citado por Connell, 2002), embora haja quem atribua uma participação em larga-escala à época Vitoriana (Mandler, 1997, citado por Connell, 2004). Todavia, tendo em conta a atividade tal como se conhece hoje, uma forma organizada e comercial da indústria do turismo, a origem do turismo de jardins remonta à Europa do início do século XX (Connell, 2004), especificamente a Inglaterra onde se desenvolveu o conceito de *garden tours* e *garden visits* pelo país,

impulsionado pelo *National Garden Scheme* (NGS) e o *The National Trust* (TNT), organizações que passavam, e passam, por proporcionar passeios e visitas a jardins, pela publicação de guias de jardins, para além da sua atuação no âmbito da preservação, e na Alemanha através de dois primeiros *Bundesgartenschau* (*Federal Garden Shows*) (Thomas et al., 1994). Os *garden tours* constituem parte substancial da indústria turística inglesa, sendo a visita a jardins uma das atividades mais tradicionais e populares do tempo de lazer (Connell, 2002, 2004; Evans, 2001) e os festivais, os *BUGA*, tornaram as cidades alemãs em grandes atrações turísticas, pois para além das exposições sobre jardinagem e arquitetura paisagista, possibilitam ainda a requalificação de áreas degradadas.

Os visitantes são diversos, fruto das suas motivações que derivam do que o jardim tem para oferecer e do que os visitantes esperam dele. A visita pode acontecer por numerosas razões, desde a apreciação das qualidades raras e estéticas de determinadas plantas, o interesse pelo *design* dos jardins e técnicas utilizadas, o prazer de contemplar o cenário, ambiência e atmosfera dos jardins

(Connell & Meyer, 2004), a calma, paz, tranquilidade e liberdade que os jardins transmitem, os seus efeitos restauradores e espirituais e elementos essenciais ao equilíbrio humano físico, psicológico, social, da saúde e bem-estar (Berg, Winsum-Westra, Vries & Dillen, 2010; Nighat, et al., 2005), à pura recreação, socialização e encontro com família e amigos (Ballantyne, Paccker & Hughes, 2008).

Alguns estudos realizados sobre os visitantes de jardins (Connell, 2002; Evans, 2001; Fox, 2007; Gallagher, 1983, Tipples & Gibbons, 1990; Gorman, 1999) permitem delinear o perfil e as principais características do visitante de jardins. De modo geral trata-se de um público, na maioria feminino, entre os quarenta e sessenta anos ou acima dos sessenta anos, com elevadas capacidades económicas, com jardins próprios, e motivados pelo gosto por jardins e pelas ideias e técnicas usadas.

Gorman (1999) segmenta este mercado em cinco grupos: os visitantes locais que correspondem ao habitual frequentador local, os visitantes domésticos (*day trip*) provenientes da área urbana próxima, os turistas domésticos de outras partes do país e o turista estrangeiro, que corresponderão aos '*garden enthusiastic*' e ainda o visitante especializado. Já Arama-Carrel (2006) distingue três grandes tipos de visitantes de jardins conforme o seu grau de interesse em relação a estes, a dimensão do público-alvo e a motivação principal condutora: os '*passionnés avertis*' (especialistas em plantas e botânica, ou historiadores de jardins, apaixonados atentos e conhecedores), os '*nouveaux jardiniers*' ou '*débutants*' (os recentes interessados) e os '*promeneurs du dimanche*' (os visitantes de domingo/ocasionais e generalistas).

4. O turismo de jardins em Portugal: Que realidade?

Portugal dispõe de um conjunto vasto de jardins que podem servir de suporte a esta atividade,

conhecendo-se-lhes alguns dos seus atrativos turísticos. Contudo, não se sabe ao certo que produto tem, como está organizado, como funciona, como é comercializado e distribuído e, acima de tudo, como, por quem e porquê é consumido. Em termos gerais é praticamente desconhecido enquanto produto turístico do público, com exceção de determinados meios restritos onde há já algum tempo a visita a jardins, enquanto prática turística, é recorrente embora praticada por um público-alvo também ele restrito.

Tendo em conta a estratégia turística nacional (Plano Estratégico Nacional do Turismo), que gira em torno de dez produtos, e pelas suas características, o turismo de jardins poder-se-á incluir no produto *Touring Cultural* e Paisagístico.

4.1. A singularidade do jardim português

São escassos os adjetivos para qualificar grande parte dos jardins europeus, os ingleses, franceses ou italianos, a opulência dos traçados, dos materiais, da decoração ou da dimensão conferem-lhe grandiosidade. As tendências internacionais em termos de *design* da arquitetura paisagista não tiveram a expressão nos jardins portugueses que tiveram noutros países, as realidades histórica, económica e social eram diferentes. Mas foram justamente estas realidades específicas, para além do clima e topografia, que conferiram ao jardim português uma especificidade cultural própria, um caráter original e diferenciador relativamente aos jardins majestosos, vistosos e grandiosos da Europa, já bem conhecidos e vistos por muitos.

A diversidade de árvores e arbustos onde as cameleiras, laranjeiras e limoeiros ou glicínias são rainhas, as vistas profundas com diversos níveis e perspectivas sugeridas pela topografia e localização privilegiadas, os azulejos e os grandes planos de água sob a forma de tanques, lagos, chafarizes ou fontes, aos quais se juntam os embrechados, as latadas e os altos muros, são características



Figura 3 | Camélias em sebe no Parque de Serralves (Porto).



Figura 4 | Azulejos e planos de água no jardim da Fronteira (Lisboa).

comuns à maioria dos jardins históricos portugueses, principalmente nas grandes quintas de recreio do século XVI ao XVIII (Figuras 3 e 4), que dão corpo ao conceito de jardim de estar, de espaço cripto-mágico aludindo ao desejado *Paraíso Perdido* (Castel-Branco, 2010). Para Attlee (2008, p. 2) "*the gardens of Portugal are among the most cosmopolitan in the world*", e é justamente esta sua unicidade que lhe confere um caráter atrativo forte.

A maior parte do trabalho científico produzido nesta temática revela que no território nacional existem inúmeros exemplos deste tipo de jardim, os inventários que têm sido feitos, uns mais completos que outros, a associação criada em torno dos jardins históricos (Associação Portuguesa dos Jardins e Sítios Históricos – APJSH) que agrega quase setenta jardins, os guias (Segall, 1999) e livros (Attlee, 2008; Luckhurst, 2010), sobretudo internacionais, assim o atestam.

E, embora se tenha produzido um levantamento dos jardins históricos com mais potencial turístico em Portugal Continental no final da década de noventa (do século XX) (Castel-Branco, 1998), mais tarde atualizado (Castel-Branco, 2002), a maior parte destes jardins permanece desconhecido do público global. De facto, são difíceis de encontrar, é desconhecido o que têm para oferecer ou que experiências têm para proporcionar aos seus visitantes, e em alguns casos, até se ainda existem. Com exceção da Madeira,

que tem nos seus jardins um dos seus pontos mais atrativos, são raros os territórios que divulgam e publicitam os jardins como espaços a visitar. Mesmo os guias turísticos de Portugal disponíveis referem apenas os jardins que estão agregados a outro monumento de relevância, como museus ou palácios, o que constitui um *handicap* na valorização e divulgação dos jardins históricos portugueses.

4.2. Organização e comercialização do turismo de jardins em Portugal

Para além destas fontes de informação mais tradicionais, o *canal online*, considerada uma fonte principal de informação e ponto de venda de destinos e produtos turísticos a nível global, é também nesta temática um meio privilegiado na perceção da real organização, promoção e distribuição do turismo de jardins em Portugal.

Os principais *websites* de informação turística do país, como o *VisitPortugal* e '*DescubraPortugal*', ou das Entidades Regionais de Turismo são mais descritivos, informativos e promocionais, onde o enfoque está sobretudo no recurso a visitar surgindo frequentemente como complemento a um outro qualquer produto, e raras vezes como produto principal. Apenas a Turismo do Centro, a Entidade

Quadro 1 | Oferta de *tours* de jardins (2011-2014) em Portugal, por operador turístico.

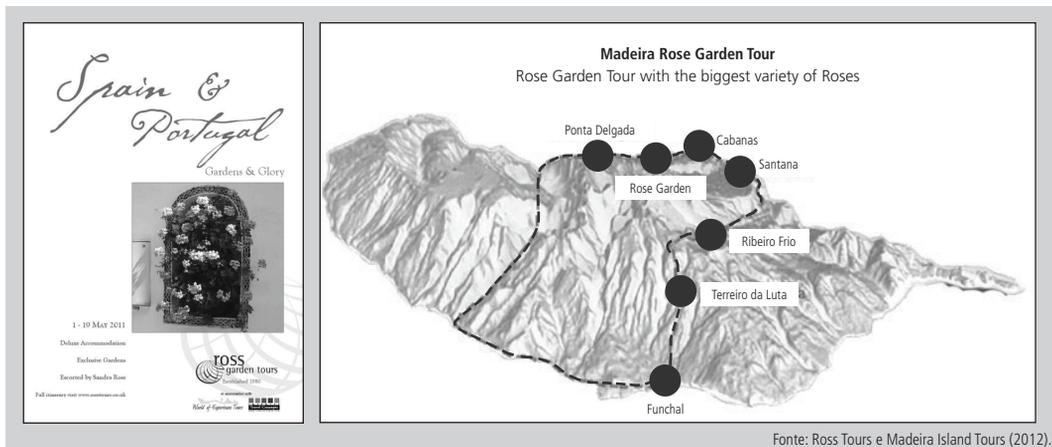
Operador turístico/ nacionalidade	Designação do <i>tour</i> /ano da realização
Episode-travel (POR)	1. Jardins e Flora da Madeira (2012, 2013, 2014) 2. Jardins e Paisagens do Norte de Portugal (2012, 2013, 2014) 3. Parques e Jardins (Lisboa) (2012, 2013, 2014)
Portugal Tours (POR)	4. Jardins do Norte de Portugal em 5 dias (2011, 2012, 2013, 2014)
Best Cultural Tours (POR)	5. Jardins, Matas e Parques (2012, 2013, 2014)
Lisboasightseeing (POR)	6. Os Parques de Lisboa (2011, 2012, 2013, 2014)
Madeira-Tours (POR)	7. Rose Gardens Tour (?, 2012, 2013, 2014)
Madeira Island Tours (POR)	8. Madeira Rose Garden Tour (2011, 2012, 2013, 2014)
Oficina da Natureza (POR)	9. É tempo de camélias... nos Açores (2012) 10. Orquídeas no Porto; Camélias em Guimarães (2012) 11. As Camélias em Terras de Basto (2013)
Bright Water Holidays (RU)	12. Madeira – Gardens of Madeira (?, 2012) 13. In the shade of a Portuguese garden (?, 2012, 2013) 14. Madeira at its best (2013, 2014)
Tours Gallery (AU)	15. Spain & Portugal Gardens, Art and Culture Tour (?, 2012, 2013, 2014)
Kirker Holidays (RU)	16. The gardens of Madeira (?, 2012, 2013, 2014) 17. Lisbon - Art, Garden and History Tours (2013)
The Tour Company (NZ)	18. Gardens of Spain & Portugal Tour (?, 2012, 2013) 19. Spain, Portugal and Morocco Tour (2014)
Susan Worner Tours (RU)	20. Portugal-Spring gardens of Lisbon and Sintra Hills (?, 2012, 2013, 2014)
Martin Randall (RU)	21. Walking in Madeira - Garden of the Atlantic (2013) 22. Lisbon Neighborhoods – Art, architecture & gardens in and around the capital (2013) 23. Gardens of Northern Portugal (2014)
Cooper Smiths (EUA)	24. Springtime in Portugal: Gardens, Palaces & Fine Arts (2013)
Inspired Travel (AU)	25. Gardens of Spain & Portugal (2013)
Ross Tours (AU)	26. Spain & Portugal – Gardens & Glory (2011)
Private-guides (?)	27. Parks and Gardens of Portugal (2011, 2012, 2013, 2014) 28. Gardens of Portugal – Walking tour in Lisbon (?, 2012)
Renaissance Tours (AU)	29. Gardens of Andalucía and Portugal (2013)
Around & About Lisbon (RU)	30. The gardens of Lisbon Tour (?, 2012, 2013, 2014)
Intermèdes (FR)	31. Jardins et demeures du Portugal (2011, 2012, 2013, 2014)
Verdie (FR)	32. Madère - L'île aux fleurs (2011, 2012, 2013, 2014) 33. Quintas, Levadas e jardins ... (?, 2012, 2013, 2014)
Trip Connector (IT)	34. Il Tour dei Giardini – In Solares de Portugal (2011, 2012, 2013)
Away Network (EUA)	35. The Moors and the Mediterranean: The Gardens of Spain and Portugal (?, 2012, ?)
Total	Operadores: 24 / Tours: 36

Legenda: POR (Portugal), AU (Austrália), RU (Reino Unido), NZ (Nova Zelândia), EUA (Estados Unidos da América), FR (França), IT (Itália), ? (Informação não apurada).
Fonte: Elaboração própria com base nos programas dos roteiros analisados.

Regional de Turismo de Lisboa e a Direção Regional de Turismo da Madeira fazem referência aos jardins enquanto produto turístico, apresentando-os como recursos passíveis de visita.

Uma pesquisa mais específica através das expressões '*tours de jardins em Portugal*' e '*turismo de jardins em Portugal*', '*garden tours in Portugal*' e '*garden tourism in Portugal*', '*tours des jardins aux Portugal*' e '*tourisme des jardins aux Portugal*'

inseridas no motor de busca Google revelou que, surpreendentemente, existe um importante conjunto de operadores turísticos que vendem o produto turismo de jardins em Portugal, em forma de férias especializadas e direcionadas para o público específico e típico consumidor de jardins, ou como oferta secundária enquanto complemento nos roteiros multiatividades, organizado em forma de *tours* e percursos.



Fonte: Ross Tours e Madeira Island Tours (2012).

Figuras 5 e 6 | Exemplos de programas de Garden Tours (Ross Tours – Austrália e Madeira Island Tours – Portugal).

4.2.1. Os tours e percursos nacionais e internacionais

No período de pesquisa e análise que decorreu entre final de 2011 a 2013 foram identificados pouco mais de vinte operadores turísticos, na maioria estrangeiros, localizados em países como Inglaterra, França, Austrália, Nova-Zelândia, Canadá, EUA, Itália, para além de Portugal, totalizando uma oferta de mais de trinta pacotes/rotas/percursos de *garden tourism* em Portugal direcionados principalmente para os parques e jardins de Lisboa/Sintra, da Madeira e do Norte.

Alguns destes tours não se realizam todos os anos, pelo que no quadro 1 se apresenta o total de pacotes que estiveram disponíveis em 2011, 2012, 2013 e previstos para 2014 e apenas os que têm a visita a jardins como componente principal, excluindo-se os programas que combinam um conjunto diversificado de atividades.

Para além do destino Portugal, alguns roteiros englobam também a Espanha onde os tours *Spain & Portugal – Gardens & Glory* (Ross Tours), *Gardens of Andalucía and Portugal* (Renaissance Tours) ou a *The Moors and the Mediterranean: The Gardens of Spain and Portugal* (Away Network) (Quadro 1) constituem alguns dos exemplos de um total de sete programas disponíveis no período de

tempo analisado, cujos percursos e jardins que os englobam são sensivelmente os mesmos, sendo dos poucos que incluem a região Alentejana. De referir ainda a existência de apenas um tour direcionado exclusivamente para aos Açores.

A Ilha da Madeira é um *garden destiny* por excelência e por isso é o segundo destino com mais programas previstos, num total de nove, disponibilizados principalmente pelos operadores turísticos internacionais com seis programas, de carácter mais genérico, e os nacionais com três, um de âmbito mais global, o roteiro *Jardins e Flora da Madeira* da Episode-Travel e dois com enfoque mais específico, o *Rose Gardens Tour* (Madeira-Tours) e o *Madeira Rose Garden Tour* (Madeira Island Tours) (Figura 5).

Uma análise mais detalhada de cada programa permite identificar quais os principais jardins englobados na grande maioria dos roteiros¹. Os jardins do Palácio da Fronteira, de Monserrate e do

¹ Foram apenas considerados os roteiros que apresentam programas detalhados, num total de 21. Não foram tidos em conta o roteiro n.º 6 'Passeio Pedestre Jardins de Setúbal' por incidir numa pequena área específica e o n.º 10 'É tempo de camélias... nos Açores' por incidir somente nos Açores, e ainda os roteiros n.º 16, n.º 19, n.º 20 e n.º 29, cujos programas não dispunham de suficiente pormenorização que permitisse a sua análise.

Quadro 2 | Representatividade dos principais jardins de Portugal Continental, nos programas analisados.

Tours - Portugal Continental	Pq. Serralves	J. dos Biscainhos	Casa do Campo	Casa de Mateus	Qt. da Avelada	JB de Coimbra	Palácio Fronteira	JB da Ajuda	JB da UL	E. Fria e Quente	J. Gulbenkian	Qt. da Regaleira	Parque da Pena	Palácio Seteais	J. de Monserrate	P. N. de Queluz	P. Monteiro-Mor	
2	x	x	x	x	x													
3							x	x			x	x	x	x	x	x		
4			x															
5	x			x	x	x	x		x			x	x		x	x	x	
7									x	x			x		x			
11	Não inclui nenhum destes jardins																	
12			x		x													
14						x	x	x	x				x		x	x	x	
18										x	x		x	x	x	x		
21							x	x		x	x	x	x	x	x	x		
23							x				x			x	x	x		
24	x	x	x	x	x													
25	x	x		x		x	x	x		x		x	x			x		
26							x											
27																	x	
28	x	x		x	x	x	x	x		x		x			x	x		
30	x				x	x	x	x			x	x			x	x		
31									x	x	x							
32							x		x	x		x	x		x	x		
35			x															
36			x												x		x	
%	29	19	29	24	29	24	48	29	24	33	29	33	38	19	52	52	14	

Fonte: Elaboração própria com base nos roteiros analisados.

Quadro 3 | Representatividade dos principais jardins da Madeira, nos programas analisados.

Tours na Madeira	J. Botânico da Madeira	Quinta das Cruzes	Quinta da Boa Vista	Quinta do Arco	Quinta do Monte	Qt- Palheiro Ferreiro	Quinta da Palmeira	Tropical Mte Palace	Jardim de Orquídeas
1	x	x	x	x	x	x	x		
8				x					
9				x					
13	x		x			x		x	
15	x					x		x	
17	x	x	x		x	x	x		
22	x					x			x
33	x	x						x	x
34	x			x	x		x		x
%	56	33	33	44	33	44	33	33	33

Fonte: Elaboração própria com base nos roteiros analisados.

Palácio Nacional de Queluz (área de Lisboa/Sintra) são os que se destacam, com uma representatividade de cerca de 50%, no conjunto de programas analisados (ou seja, aparecem em 10/11 dos 21 roteiros), seguidos do Parque da Pena, em Sintra, presentes em 38% dos *tours*. Na região do Norte, o Parque de Serralves e os jardins da Casa do Campo e da Quinta da Avelada constituem ponto de visita em cerca de 30% dos percursos (Quadro 2).

Relativamente à Madeira, também se pode delimitar um grupo distinto de jardins com base na informação disponibilizada nos nove programas que se lhe destinam. É paragem obrigatória, em 56% dos roteiros, o Jardim Botânico da Madeira (Funchal), seguido do *Rosarium* da Quinta do Arco (o maior roseiral do país) e da Quinta do Palheiro Ferreiro, estando presentes em cerca de metade

dos programas disponíveis. Os restantes, os jardins da Quinta das Cruzes, da Quinta da Boa Vista, da Quinta do Monte, da Quinta da Palmeira, do Tropical Monte Palace e ainda o Jardim de Orquídeas, estão presentes em 3 roteiros (Quadro 3).

Do conjunto destes roteiros, 50% são livres, ou seja, realizam-se em data a definir pelo cliente, uns com programas de âmbito mais genérico e pouco detalhados como o caso do *Spain & Portugal Gardens, Art and Culture Tour (Tours Gallery)*, outros mais pormenorizados como *Jardins, Matas e Parques (Best Cultural Tours)* ou *Jardins do Norte de Portugal em 5 dias (Portugal Tours)*. Contudo, é também amplo o espectro de roteiros calendarizados para determinados períodos do ano, nomeadamente a primavera e verão, mas também para datas específicas e para eventos particulares como a Festa da Flor na Madeira, disponibilizando por isso programas bastante detalhados. São exemplos a *Madeira – Gardens of Madeira (Bright Water Holidays)*, *Madère - L'île aux fleurs e Quintas, Levadas e jardins (Verdie)*, *Portugal-Spring gardens of Lisbon and Sintra Hills (Susan Worner Tours)*, *Walking in Madeira - Garden of the Atlantic (Martin Randall)* ou *Spain & Portugal – Gardens & Glory (Ross Tours)*.

Os programas analisados têm uma duração variável, de um mínimo de um dia a um máximo de 22 dias, verificando-se nos operadores estrangeiros programas com maior duração, de vários dias, e com menor duração, frequentemente de um dia apenas, nos operadores portugueses. A informação disponível revela que o período de uma semana é o padrão de duração mais comum neste conjunto de *tours*. Os roteiros de maior duração, 22 e 16 dias, são dois dos que incluem Espanha no programa, *Spain & Portugal – Gardens & Glory (Ross Tours)* e *Gardens of Andalucía and Portugal (Renaissance Tours)*. Já os roteiros com menor duração são os que se realizam apenas numa área específica, particularmente Lisboa e Madeira, e são disponibilizados por operadores nacionais, com destaque para *Os Parques de Lisboa (Lisboasightseeing)*, *The gardens*

of Lisbon tour (Around & About Lisbon) e ainda a *Rose Gardens Tour* e a *Madeira Rose Garden Tour (Madeira-Tours e Madeira Island Tours)*.

5. Conclusões

A visita a jardins é uma prática ancestral assim como o seu consumo lúdico. As proporções e a visibilidade que vem tomando como produtos turísticos cada vez mais populares posicionam este fenómeno na última década do século XX e primeira do século XXI.

Portugal não se manteve à margem, embora seja muito difícil perceber a dimensão da procura, essencialmente devido à falta de informação. De forma pontual vão-se conhecendo alguns casos de sucesso, mas o foco mais conhecido da procura localiza-se na ilha da Madeira, onde só os três principais jardins atraem mais de 650 mil visitantes originando uma receita superior a 3,5 milhões de euros (Quintal, 2009).

Uma análise mais pormenorizada a este produto permitiu 'descobrir' um interessante conjunto de operadores, nacionais e internacionais, a 'vender' o turismo de jardins em Portugal em forma de *tours* ou percursos e perceber, através da sua distribuição territorial, as áreas de maior potencial de desenvolvimento de turismo de jardins. Destacam-se a região de Lisboa/Sintra, o Norte e a Madeira, cuja maioria dos programas que se lhe destinam se centra quase em exclusivo num conjunto específico de jardins. Todavia, é nestas três regiões que, por motivos histórico-culturais e naturais, se concentra o maior número de jardins, e por isso apresentam um elevado potencial para se desenvolverem como destinos turísticos de jardins.

Nota-se uma tendência de crescimento e consolidação destes roteiros, pelo que a visita a jardins pode vir a assumir um papel importante não só como forma de complementar a experiência do turista num determinado destino, como pode também assumir

o papel principal no produto turístico e constituir a principal motivação da deslocação.

Referências bibliográficas

- Andrade, I. (2008). Construção e desconstrução do conceito de jardim histórico. *Risco*, 8(2), 138-144.
- Arama-Carrel, S. (2006). *Les jardins, un marché en floraison*. Faena Études Marketing.
- Around & About Lisbon (2013). *Themed tours: The gardens of Lisbon tour*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.aalisbom.com>
- Attlee, H. (2008). *O esplendor dos jardins em Portugal*. Lisboa: Edições Inapa.
- Away Network (2012). *The Moors and the Mediterranean: The Gardens of Spain and Portugal*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://away.com>
- Ballantyne, R., Paccker, J., & Hughes, K. (2008). Environmental awareness, interests and motives of botanic gardens visitors: implications for interpretative practice. *Tourism Management*, 29, 429-444.
- Benfield, R. (2004). 'Geotourists': The next big thing for botanic gardens?. *Roots*, 1(1), 5-8.
- Benfield, R. (2013). *Garden tourism*. London: Butterworth Heinemann-Elsevier.
- Berg, A., Winsum-Westra, M., Vries, S., & Dillen, S. (2010). Allotment gardening and health: a comparative survey among allotment gardeners and their neighbors without an allotment. *Environmental Health*, 9, 74.
- Best Cultural Tours (2012). *Programas disponíveis: Jardins, matas e parques – 8 dias*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.bestculturaltours.com>
- Bhatti, M., & Church, A. (2000). I never promised you a rose garden: Gender, leisure and home-making. *Leisure Studies*, 19(3), 183-197.
- Bright Water Holidays (2013). *Overseas garden tours*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.bright-waterholidays.com>
- Castel-Branco, C. (Ed.). (1998). *Levantamento e avaliação de jardins históricos para turismo* (Vol. I). Lisboa: Centro de Ecologia Aplicada Baeta Neves, ISA.
- Castel-Branco, C. (Ed.). (2010). *A água nos jardins portugueses*. Lisboa: SCRIBE – Produções Culturais.
- Castel-Branco, C. (Ed.). (2002). *Jardins históricos. Poesia atrás dos muros*. Lisboa: Edições Inapa.
- Connell, J. (2004). The purest of human pleasures: The Characteristics and motivations of garden visitors in Great Britain. *Tourism Management*, 25, 229-247.
- Connell, J. (2002). *A critical analysis of gardens as a resource for tourism and recreation in the UK*. Tese de Doutoramento, University of Plymouth, Reino Unido.
- Connell, J., & Meyer, D. (2004). Modelling the visitor experience in gardens of Great Britain. *Current Issues in Tourism*, 7(3), 183-216.
- Cooper Smiths (2013). *Coopersmiths's garden tour summaries*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.coopersmiths.com>
- Episode-travel (2013). *Roteiros de jardins*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.episode-travel.com>
- Evans, M. (2001). Gardens tourism: Is the market really blooming?. *Tourism Insights: Sharing sector expertise, analysis and intelligence*, 12(4), 153-159.
- Fox, D. (2007). *Understanding garden visitors: The affordances of a leisure environment*. Tese de Doutoramento, Bournemouth University, Poole, Reino Unido.
- Gallager, J. (1983). *Visiting historic gardens. A report on contemporary garden visiting and its literature*. Leeds: Planning Research Unit, School of Planning and Environmental Studies, Leeds Polytechnic.
- Gorman, C. (1999). Developing Ireland as a successful garden tourism destination. Paper presented at the Conference *ARROW@DIT: Archiving Research Resources On the Web*, School of Hospitality Management and Tourism, Dublin Institute of Technology, Dublin, Ireland.
- Hewer, P. (2003). Consuming gardens: Representation of paradise, nostalgia and postmodernism. *European Advances in Consumer Research*, 6, 327-331.
- Inspired Travel (2013). *Portugal: Gardens of Spain & Portugal*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.Inspiredtravel.com.au>
- Intermedes (2013). *Voyage à thème art des jardins*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.intermedes.com>
- Johnson, B. (2007). The changing face of the botanic garden. In T. Mccorquodale (Ed.), *Botanic gardens: A living history* (pp. 64-80). London: Black Dog Publishing.
- Lazzaro, C. (1990). *The Italian renaissance garden*. New Haven and London: Yale University Press.
- Lisboasightseeing (2013). *Excursões privadas em Lisboa e arredores: Os Parques de Lisboa – Dia completo*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://lisboasightseeing.com>
- Luckhurst, G. (2010). *The gardens of Madeira*. Londres: Frances Lincoln Ltd.
- Madeira Island Tours (2013). *Madeira tours: Rose Garden [North Eastern]*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.madeira-island-tours.com>
- Madeira-Tours (2013). *Island tours – Full day tours: Rose Gardens Tour*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.madeira-tours.info>
- Martin Randall (2013). *Tour themes houses & gardens tours*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.martinrandall.com>
- Masson, G. (1987). *Italian gardens*, Antique Collectors' Club. Suffolk: Woodbridge.
- Müller, D. (2011). Phänomen 'gartentourismus'. In A. Kagermeier, & A. Steinecke (Eds.), *Kultur als touristischer standortfaktor. Potenziale – Nutzung – Management* (pp. 101-113). Paderborner Geographische Studien.
- Nighat, S., Aslam, S., Akhtar, N., Kousar, A., Safdar, A., Rasheed, S., & Saddique, S. (2005). Valuation of green spaces in social life: A focus on parks and gardens. *Journal of Agriculture & Social Sciences*, 1(2), 176-177.
- Oficina da Natureza (2013). *Portfólio de atividades: Rotas de jardins*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.oficinadanatureza.pt>
- PORTAexpresso – Portugal Experience & Tours (2012). *Tours passeio pedestre: Jardins de Setúbal*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.portaexpresso.com>

- Portugal Tours (2013). *Tours privados: Jardins de Portugal em 5 dias*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.portugal-tours.com.pt>
- Private-guides (2013). *Private guides and guided tours in Portugal*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.private-guides.com>
- Quintal, R. (2009). A importância dos jardins como nicho turístico na Madeira. In J. Simões & C. Ferreira (Eds), *Turismos de nicho: motivações, produtos, territórios* (pp. 71-93). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- Renaissance Tours (2013). *Garden: Gardens of Andalucía and Portugal*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://renaissancetours.com.au>
- Ross Garden Tours (2013). *Tours Spain & Portugal – Gardens & glory*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.rosstours.com>
- Segall, B. (1999). *Gardens of Spain and Portugal: A touring guide to over 100 of the best gardens*. London: Mitchell Beazley.
- Susan Worner Tours (2013). *Garden Tours*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.susanwornertours.com>
- Thacker, C. (1979). *The history of gardens*. California: University of California Press.
- The Tour Company (2013). *Flora Tours*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.thetourcompany.co.nz>
- Thomas, R. P., Porteous, G., & Simmons, D. G. (1994). *Garden tourism and its potential organization in Canterbury*. Canterbury: Department of Parks, Recreation and Tourism, Lincoln University.
- Tipple, R., & Gibbons, P. (1990). Garden visiting: Twentieth century local tourism in Canterbury. *Horticulture in New Zealand*, 3(2), 29-34.
- Tours Gallery (2013). *All escorted tours: Spain and Portugal garden tour*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.toursgallery.com>
- Trip Connector (2013). *Il tour dei giardini: In Solares de Portugal – Prenotazione online viaggio, vacanza tour fly & drive in Portogallo*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.tripconnector.it>
- Verdie (2013a). *Version découverte: Les circuits accompagnés*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.verdie.com>
- Verdie (2013b) *Version exploration: Tous les voyages exploration*. Acedido a 12 de dezembro de 2013, disponível em <http://www.verdie.com>