

Lazer e turismo nos jardins históricos portugueses: A percepção dos proprietários/responsáveis¹

Leisure and tourism in the Portuguese historical gardens: The owners/managers perception

SUSANA SILVA * [susanageog@sapo.pt]

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

Resumo | Lazer e turismo estão intrinsecamente ligados aos jardins. Estes constituem um tipo de património que alia a cultura e a natureza, sendo reconhecido que o turismo está cada vez mais alicerçado na dimensão cultural e natural dos territórios. Novos ou renovados usos e consumos colocam a descoberto, por sua vez, novos ou renovados espaços. Os jardins no geral, e os de carácter histórico em particular, constituem um desses espaços que têm surgido como recursos estratégicos dos territórios, tornando-se um dos protagonistas da atividade turística contemporânea. Com o objetivo de conhecer a atual dinâmica lúdica e turística dos jardins históricos portugueses e perceber como se perfila o futuro deste segmento turístico foi aplicado um inquérito por questionário aos proprietários/responsáveis de cerca de 100 jardins históricos nacionais. Apresentam-se aqui os principais resultados apurados referentes a uma das secções deste inquérito. A sua análise revelou que os jardins detêm um indiscutível valor intrínseco, constituem elementos importantes para os territórios e para as sociedades e, não obstante os constrangimentos que é necessário ultrapassar através de uma ação concertada entre vários atores, os jardins históricos nacionais têm atrativos suficientes para poderem integrar uma oferta turística competitiva e de grande importância, beneficiando de uma ampla margem de progressão.

Palavra-chave | Lazer, turismo, jardins históricos, proprietários/responsáveis, presente e futuro

Abstract | Leisure and tourism are intrinsically linked to the gardens. These are a kind of heritage that combines culture and nature, being known that tourism is increasingly anchored in the cultural and

¹Este estudo decorre da investigação de doutoramento intitulada "Lazer e Turismo nos Jardins Históricos Portugueses. Uma Abordagem Geográfica" e realizada no âmbito da bolsa de doutoramento financiada pela Fundação para a Ciência e Tecnologia – FCT, com a referência SFRH/BD/85081/2012.

* **Doutorada 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.

** **Doutorado em Geografia** pela Universidade de Coimbra. **Professor Auxiliar** do Departamento de Geografia e Turismo 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.

natural dimension of the territories. New or renewed uses and consumption put uncovered, in turn, new or renovated spaces. The gardens in general, and the historical ones in particular, constitute one of those spaces that have emerged as strategic resources of the territories, making it one of the protagonists of contemporary tourism. In order to meet the current ludic and touristic dynamics of the Portuguese historic gardens and see how is outlined the future of the tourism sector, a survey questionnaire was applied to the owners/managers of about 100 national historic gardens. We present here the main results obtained referring to one of the sections of this survey. The analysis revealed that the gardens hold an unquestionable intrinsic value, are important elements for the territories and societies and, despite the constraints that must be overcome by concerted action between various actors, national historic gardens constitute attractions that can integrate a competitive and important tourism supply, benefiting from a wide margin of progression.

Keywords | Leisure and tourism, gardens, garden tourism, proprietaries/managers, present and future

1. Introdução

Lazer e turismo constituem realidades indissociáveis dos jardins que, segundo a Carta de Florença (1981), foram concebidos para serem vistos e experienciados. *“While any historic garden is designed to be seen and walked about in, access to it must be restricted to the extent demanded by its size and vulnerability, so that its physical fabric and cultural message may be preserved”* (Icomos, 1982, p. 3).

A cultura e a natureza constituem os principais recursos do turismo. Os jardins concentram em si um enorme potencial pois ao congregarem a componente natural e cultural (Lazzaro, 1990; Blandignères & Racine, 2002; Longhurst, 2006) sendo simultaneamente recursos naturais e culturais, oferecem oportunidades ao desenvolvimento do turismo de jardins, constituindo estes, desta forma, um dos espaços apropriados pelo turismo. A sua visita faz parte da matriz de experiências (Connell & Meyer, 2004) com a qual cada vez mais a atividade turística se identifica, assente numa filosofia de procura por territórios, paisagens, espaços e sítios pelo que estes evocam, simbolizam, transmitem e proporcionam (Robinson & Novelli, 2005; Netto & Gaeta, 2011).

No caso dos jardins, o proprietário/responsável surge como ator fundamental, não só para o conhecimento e entendimento destes espaços, como para a sua valorização através da relação que constrói com o visitante e da definição de estratégias sustentadas.

Neste sentido, este trabalho tem como objetivo conhecer a opinião do proprietário e/ou responsável, referindo-se à realidade nacional do lazer e turismo nos jardins históricos portugueses, no que concerne à situação atual e a perspectivas futuras assim como perceber qual a sua tendência relativamente ao (maior) (des)envolvimento da vertente lúdica/turística tal como as principais vantagens e obstáculos a essa orientação. São aqui apresentados os principais resultados de uma das secções de um inquérito por questionário realizado entre finais de janeiro/início de fevereiro de 2014 e outubro de 2014, dirigido a 96 proprietários de jardins históricos portugueses, tendo-se obtido 63 respostas válidas.

O presente artigo está estruturado em quatro secções onde num primeiro momento se clarifica o carácter lúdico e turístico intrínseco dos jardins não deixando de abordar a forma organizada de “consumo” destes recursos e uma síntese das grandes motivações subjacentes. Nos pontos seguintes, é

exposta a metodologia utilizada e apresentados e explorados alguns resultados da investigação realizada tendo como enfoque a vertente da oferta concretizada com a aplicação de um inquérito por questionário aos proprietários/responsáveis dos jardins históricos nacionais, através de uma síntese aglutinadora das principais conclusões obtidas.

2. Jardins: espaços de lazer e turismo por excelência

Os jardins são parte intrínseca da existência humana, física e espiritual, sendo por isso elementos fundamentais da cultura, testemunhos e documentos dessa mesma cultura que atravessam o tempo e as civilizações (Andrade, 2008). Mas, não são espaços estáticos (Berjman, 2001). Uma constatação que encerra em si uma dupla leitura: por um lado, porque o tempo atua sobre eles conferindo-lhes mudanças a cada ciclo da vida diário, mensal ou anual (Berjman, 2001); por outro, porque as próprias sociedades, através dos seus usos, os transformam. O jardim é assim um espaço para experienciar e viver, pelo que, para além da primária função utilitária, o seu carácter lúdico e recreativo está patente já desde os míticos jardins da Babilónia e surge cada vez mais marcado nos jardins da contemporaneidade. As formas de “consumir” e usufruir dos jardins, sejam elas ativas ou passivas, são inúmeras e bastante diversas (Silva & Carvalho, 2014).

Detentores de um valor intrínseco por si só e por direito próprio (Valcarcel, 1973; Evans, 2001) e há muito admirados pela beleza e tranquilidade inerentes, os jardins tornaram-se atrações turísticas cada vez mais populares e amplamente visitadas, com impactes a diversos níveis nos territórios e sociedades (Sharpley, 2007; Sqw, 2007; Benfield, 2013), verificando-se ainda o desenvolvimento e a qualificação da experiência da visita nestes espaços (Connell, 2002). A autora confirmou que tem havido um aumento da comercialização e mercan-

tilização do jardim como uma experiência de lazer, comprovando o incremento significativo no número de serviços depois da abertura dos jardins ao público. Para Fox e Edwards (2008), os jardins são diferentes da maioria das atrações na medida em que não podem oferecer um produto padronizado já que se trata de um espaço em constante transformação devido à interação entre a natureza e as ações antropogénicas.

2.1. A visita a jardins

Visitar jardins não é uma atividade recente. Aliás, a visita a casas de campo fazia parte do circuito do *Grand Tour* (Towner, 1996, citado por Connell, 2002). Todavia crê-se que a atividade organizada, tal como nos surge atualmente, tenha origem no início do século XX (Connell, 2004) com os *garden tours* e *garden visits* na Inglaterra e com os *Bundesgartenshaus* (*Federal Garden Shows*) na Alemanha (Thomas, Porteous & Simmons, 1994; Connell, 2004).

A visita a jardins, quaisquer que estes sejam e independentemente das suas características, constitui assim um segmento – para alguns autores o único ou o principal, como Quintal (2009) ou Bauer-Krösbacher & Payer (2012) – de um produto mais vasto que é o turismo de jardins, no qual se pode englobar a visita a festivais de jardins ou eventos relacionados (Thomas et al., 1994; Benfield, 2013; Czałczyńska-Podolska, 2014).

Os jardins têm despertado interesse num amplo espectro de pessoas com perfis e motivações várias. Segundo Connell (2004, p. 232) “*The experiential nature of garden visiting is intrinsically associated with emotions, attitudes and very personal factors, in addition to more tangible aspects of attraction management (...)*”. Por isso mesmo, as motivações são diversas e decorrem igualmente do que o jardim tem para oferecer. A procura de bem-estar, paz e tranquilidade, o contacto com a natureza e o ar puro, o conhecimento/aprendizagem e

a interação social constituem os grandes motivos para a visita a jardins.

Os jardins estão na ordem do dia, especialmente no contexto internacional, uma vez que a visita a jardins, enquanto uma das vertentes do turismo de jardins, e o próprio turismo de jardins, regista um crescimento notável, para além de que beneficia de uma vasta margem de progressão (Bhatti & Church, 2000; Connell, 2004; Connell, 2005). Segundo Benfield (2013), estima-se que mais de 150 milhões de pessoas terão visitado jardins públicos por todo o Mundo em apenas um ano (2000), a que se acrescenta os que visitam jardins privados, podendo esta cifra atingir facilmente os 300 milhões. O autor acredita que o turismo de jardins se pode tornar num dos maiores setores de retalho do mercado do turismo, sendo considerado um fenómeno do turismo cultural e de recreação da sociedade pós-moderna (Connell, 2004; Müller, 2011; Benfield, 2013).

3. Metodologia

Para a concretização dos objetivos traçados foi encetado um estudo empírico com foco na oferta através da aplicação de um inquérito por questionário a cerca de 100 proprietários/responsáveis dos jardins históricos com potencial/interesse e uso turístico. Para a realização desta investigação foram considerados apenas os jardins históricos ou de interesse histórico, abertos ao público, de forma permanente ou através de contacto prévio com o proprietário/entidade proprietária, excluindo-se os jar-

dins e parques municipais/urbanos. Com base nestas características e num conjunto amplo de fontes de carácter principal e de carácter complementar², que se completavam umas às outras, apurou-se um total de 96 jardins para envio do questionário. Tendo em conta que não se tratava de um número elevado, não foi utilizado nenhum processo de amostragem para a seleção dos jardins, tendo-se optado por os considerar todos. Dividido em quatro grandes partes – Caracterização do jardim e sua organização; Caracterização do Proprietário/Responsável do jardim; Informação relativa à visita e atividade lúdica/turística no jardim e Que lazer e turismo nos jardins históricos portugueses? Perceção dos proprietários e/ou responsáveis –, é alvo de discussão neste artigo esta última parte do questionário que era composta por uma listagem de afirmações, de sentido positivo e negativo, dispostas em três secções – Considerações gerais, Situação atual e Perspetivas futuras. Aos proprietários/responsáveis foi solicitado que manifestassem o seu nível de concordância ou discordância face a cada uma delas tendo por base o seu conhecimento/experiência sobre a realidade nacional, utilizando para isso uma escala tipo Likert de 5 pontos³, as quais foram ainda sujeitas a uma análise em termos de média (Méd.), moda (Mod.), nível máximo (Máx.) e mínimo (Mín.) e desvio padrão (DP) registado para cada item. Estas afirmações foram delineadas como base no quadro bibliográfico e nas respostas enunciadas por alguns proprietários aquando do primeiro envio do questionário (questionário-teste em dezembro de 2012). Até meados de outubro de 2014, foram rececionados 65 questionários correspondendo a uma taxa de

²Como fontes principais foram considerados os estudos e publicações de Castel-Branco (1998), Segall (1999), Castel-Branco (2002), Attlee (2008), os jardins associados da Associação Portuguesa dos Jardins Históricos, os jardins portugueses referidos no *site GardenVisit*, os jardins que integravam os tours/roteiros de jardins disponíveis em Portugal e os jardins referenciados para visita nos sites das Entidades Regionais de Turismo nacionais. As fontes complementares consultadas foram as publicações de Albergaria (2005), Travassos (2009) e Luckhurst (2010) e ainda o Inventário do Património Arquitetónico na categoria Espaços Verdes da responsabilidade da Direção-Geral do Património Cultural.

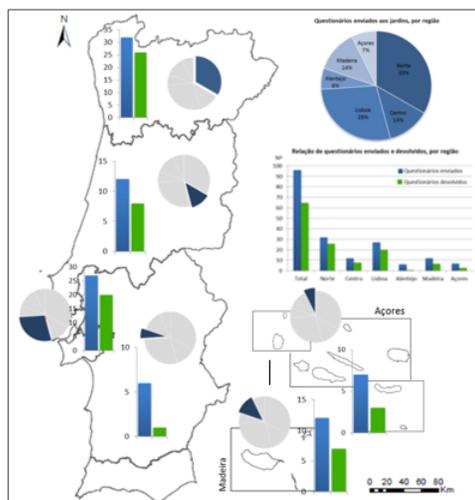
³Escala de respostas definida através de categorias com um intervalo de 1 a 5 em que o nível 1 corresponde a discordo totalmente, o nível 2 a discordo, em parte, o nível 3 a não concordo nem discordo, o nível 4 a concordo, em parte e o nível 5 a concordo totalmente.

⁴Os estudos realizados por Blandignères e Racine (2002), Connell (2002) e Ribeiro (2014), nos quais também foram auscultados os proprietários dos jardins, obtiveram uma taxa de respostas de 53,1%, 48,4% e de 56,5%, respetivamente.

resposta de 67,7%, tendo sido validados 63. Uma percentagem de respostas superior à registada por estudos semelhantes ⁴, o que indicia a importância do estudo e da temática e a necessidade de se conhecer mais profundamente esta realidade.

4. Apresentação e discussão dos resultados

A distribuição dos jardins inquiridos por região reflete a sua distribuição histórica onde se destaca o Norte seguido da área de Lisboa. Consequentemente foram destas regiões que se obteve a maior percentagem de respostas (40% e 31% respetivamente), em particular do distrito e concelho de Lisboa. De notar a concordância entre a posição relativa da distribuição dos questionários enviados e recebidos. Em todas as regiões, exceto o Alentejo e Açores, se registou uma taxa de respostas em relação ao número de questionários enviados por região superior a 50% (Figura 1).



Fonte: Elaboração própria

Figura 1 | Relação dos questionários enviados e devolvidos pelos proprietários/responsáveis dos jardins históricos, por região

4.1. Considerações gerais

No primeiro bloco, referente às *Considerações gerais*, composto por oito afirmações, a maior parte de cariz positivo, que contextualizam a temática e traduzem um conjunto de reflexões extraídas do quadro bibliográfico, verificou-se uma média de respostas situada no nível 4 (Concordo, em parte) e um desvio padrão que oscilou entre 0,482 registado no item 6 *Os jardins são componentes importantes da imagem de um território* e 1,366 verificado no item 2 *Os jardins constituem apenas um complemento da visita quando estão associados a outra atração âncora (ex.: palácio, casa histórica, museu, ...)*. Neste último verificou-se uma inflexão significativa, tendo em conta os valores médios de resposta, mas considerada positiva já que a questão era de cariz negativo, resultando de uma divisão notória de opiniões face à afirmação (Quadro 1).

Em termos gerais, os responsáveis reconhecem o carácter atrativo próprio dos jardins rejeitando desta forma a ideia redutora que perpassa ao senso comum de que estes constituem meros complementos do património edificado, assim como admitem a sua importância estratégica nos territórios, na construção da imagem destes e na satisfação das necessidades lúdicas da sociedade. Assumem, de igual modo, que a atividade turística pode constituir o principal meio de salvaguarda dos jardins históricos e que, na sua opinião, a visita a jardins no país é ainda uma prática discreta, em boa parte porque não há uma cultura de interesse e valorização dos jardins.

Quadro 1 | Perceção dos proprietários/responsáveis sobre considerações gerais

Afirmações Considerações gerais	Nível de concordância/discordância (%)						Medidas de dispersão				
	NS/NR	1	2	3	4	5	Méd	Mod	Min.	Máx.	DP
1. Os jardins constituem atrações por si mesmos e por direito próprio	1,6	1,6	0,0	9,5	19,0	68,3	4,48	5	0	5	0,981
2. Os jardins constituem apenas um complemento da visita quando estão associados a outra atração âncora (ex.: palácio, casa histórica, museu, ...)	1,6	28,6	25,4	11,1	27,0	6,3	2,52	1	0	5	1,366
3. A visita a jardins é descrita, atualmente, como um fenómeno e cada vez mais popular a nível internacional, mas a nível nacional é uma prática discreta	0,0	1,6	7,9	23,8	47,6	19,0	3,75	4	1	5	0,915
4. Os jardins têm um papel importante no tempo/necessidades de lazer da sociedade atual	0,0	0,0	4,8	4,8	30,2	60,3	4,46	5	2	5	0,800
5. Os jardins constituem recursos lúdicos/turísticos estratégicos dos territórios de inserção	0,0	0,0	1,6	1,6	46,0	50,8	4,46	5	2	5	0,618
6. Os jardins são componentes importantes da imagem de um território	0,0	0,0	0,0	1,6	23,8	74,6	4,73	5	3	5	0,482
7. A atividade lúdica/turística constitui o principal meio de salvaguarda dos jardins	0,0	6,3	12,7	20,6	41,3	19,0	3,54	4	1	5	1,133
8. Portugal não tem uma cultura enraizada de interesse, valorização e usufruto de jardins	0,0	3,2	14,3	12,7	33,3	36,5	3,86	5	1	5	1,162

Fonte: Elaboração própria

4.2. Situação atual

O segundo bloco, focado na *Situação atual*, era composto por um total de 23 afirmações de cariz positivo e negativo que pretendeu, de forma sintética, reunir um conjunto de considerações sobre a presente situação dos jardins e deste segmento de visita, nomeadamente ao nível dos seus principais constrangimentos, e que aparecem espelhadas em diversos documentos teóricos, mas que quisemos perceber a que nível têm tradução efetiva nestes jardins através da sua discordância ou concordância por parte dos proprietários/responsáveis.

Os resultados revelam que, no geral, as posições dos inquiridos face às afirmações disponibilizadas foram, na sua maioria, concordantes, pelo que a média e moda de respostas se situou perto do nível 4 (concordo, em parte), havendo contudo a registar percentagens significativas de inquiridos que manifestaram não ter opinião definida (não concordo nem discordo). Deste conjunto destaca-se as reflexões *Não existe uma política/estratégia nacional concertada de desenvolvimento turístico dos jardins* (24) como a que reuniu mais consenso por parte dos proprietários ao manifestarem a sua concordância, total (48%) e parcial (37%), registando, por isso, a maior média de respostas (4,3)

e o menor desvio padrão (0,775), seguida da afirmação *A falta de capacidade financeira tem levado muitos jardins à degradação e até abandono* (19), que obteve a maior percentagem de concordância total (52%) e também de discordância (6%), mas com uma média de repostas muito próxima (4,2) da anterior (Quadro 2).

Na perspetiva dos responsáveis, o potencial dos jardins está subaproveitado ocupando por isso uma posição marginal nos circuitos turísticos globais embora evidenciem alguma importância a nível regional, mas confirmam o esforço feito pelos proprietários para a sua recuperação e valorização, não obstante a falta de capacidade financeira e consequente falta de investimento no património e em mão de obra especializada, assim como falta de informação e de promoção, em particular dos *tours/percursos* de jardins existentes. De tal forma que atestam mesmo não existir uma estratégia nacional concertada em torno do desenvolvimento turístico dos jardins, embora reconheçam que, muito devido à diversidade de espécies, às perspetivas e aos azulejos, haja cada vez mais público interessado em visitá-los, sobretudo estrangeiro, que procura acima de tudo relaxar e desfrutar do ambiente, na sua opinião.

4.3. Perspetivas futuras

No terceiro e último bloco de reflexões, tentou-se perceber quais as perspetivas futuras em relação aos jardins e a esta sua função através da opinião dos seus responsáveis.

Os resultados mostram que os inquiridos têm uma posição mais clara e inequívoca face às afir-

mações disponibilizadas. A média de respostas situou-se acima do nível 4 (concordo, em parte) em mais de 70% dos casos, e a moda fixou-se no nível 5 (concordo totalmente), havendo a registar percentagens bem menores de inquiridos que manifestaram não ter opinião definida (Quadro 3).

Quadro 2 | Perceção dos proprietários/responsáveis sobre a situação atual

Afirmações Situação atual	Nível de concordância/discordância (%)					Medidas de dispersão					
	NS/NR	1	2	3	4	5	Méd	Mod	Min.	Máx.	DP
9. Os jardins ocupam uma posição marginal nos circuitos turísticos globais atuais do país	0,0	3,2	7,9	23,8	47,6	17,5	3,68	4	1	5	0,964
10. Os jardins ocupam um lugar de destaque nos circuitos turísticos regionais	1,6	14,3	23,8	27,0	23,8	9,5	2,86	3	0	5	1,255
11. O potencial lúdico/turístico dos jardins está subaproveitado	1,6	3,2	4,8	17,5	38,1	34,9	3,92	4	0	5	1,126
12. A oferta está desajustada às necessidades e motivações dos mercados da procura de jardins	1,6	7,9	12,7	41,3	27,0	9,5	3,13	3	0	5	1,114
13. Há uma falta de interesse dos proprietários em promover o lazer e o turismo nos jardins	0,0	12,7	15,9	41,3	23,8	6,3	2,95	3	1	5	1,084
14. Tem havido um esforço dos proprietários em recuperar, preservar e promover os jardins	0,0	1,6	9,5	28,6	41,3	19,0	3,67	4	1	5	0,950
15. Existem jardins com um património rico e capacidade atrativa que estão fechados ao público por manifesta falta de interesse e vontade dos proprietários	0,0	0,0	9,5	38,1	25,4	27,0	3,70	3	2	5	0,978
16. O carácter privado de muitos jardins inviabiliza o seu desenvolvimento enquanto atração	1,6	4,8	14,3	30,2	28,6	20,6	3,41	3	0	5	1,200
17. Há falta de investimento na recuperação do património e em mão de obra especializada	0,0	0,0	4,8	14,3	36,5	44,4	4,21	5	2	5	0,864
18. A falta de qualidade e o mau estado de conservação de muitos jardins nacionais faz com que sejam espaços pouco interessantes para visitar	0,0	3,2	12,7	30,2	27,0	27,0	3,62	3	1	5	1,113
19. A falta de capacidade financeira tem levado muitos jardins à degradação e até abandono	1,6	0,0	6,3	9,5	30,2	52,4	4,24	5	0	5	1,043
20. A falta de informação e promoção tem condicionado as visitas e a atração de mais visitantes	0,0	1,6	3,2	14,3	55,6	25,4	4,00	4	1	5	0,823
21. A estrutura lúdica/turística dos jardins é deficiente ou até mesmo inexistente	0,0	1,6	14,3	31,7	42,9	9,5	3,44	4	1	5	0,912
22. Os jardins pouco mais têm para oferecer ao visitante do que o espaço e ambiente	0,0	19,0	33,3	17,5	22,2	7,9	2,67	2	1	5	1,244
23. Os JH são procurados principalmente pela diversidade de espécies, as vistas e os azulejos	0,0	0,0	19,0	28,6	36,5	15,9	3,49	4	2	5	0,982
24. Não existe uma política/estratégia nacional concertada de desenvolvimento turístico dos jardins	0,0	0,0	1,6	14,3	36,5	47,6	4,30	5	2	5	0,775
25. Há cada vez mais público interessado em jardins e em visitá-los, pois é um tema da moda	0,0	4,8	7,9	30,2	41,3	15,9	3,56	4	1	5	1,012
26. O principal mercado da procura deste tipo de jardins é estrangeiro	0,0	1,6	11,1	22,2	33,3	31,7	3,83	4	1	5	1,056
27. O público nacional não tem conhecimento da existência da maior parte dos jardins	0,0	0,0	6,3	28,6	38,1	27,0	3,86	4	2	5	0,895
28. O típico visitante dos jardins é, por norma, um apaixonado por jardinagem, plantas, botânica no geral e temas relacionados	0,0	1,6	17,5	20,6	34,9	25,4	3,65	4	1	5	1,095
29. O visitante e apreciador de jardins é mais esclarecido e com maior capacidade económica	0,0	3,2	17,5	17,5	47,6	14,3	3,52	4	1	5	1,045
30. Os visitantes procuram acima de tudo relaxar, descansar e desfrutar do ambiente	0,0	0,0	6,3	28,6	46,0	19,0	3,78	4	2	5	0,832
31. Os <i>tours</i> /percursos de jardins existentes, nacionais e internacionais, estão pouco divulgados	0,0	1,6	0,0	19,0	46,0	33,3	4,10	4	1	5	0,817

Fonte: Elaboração própria

Ficou comprovado, de forma indubitável, que Portugal tem recursos em termos quantitativos e qualitativos, para construir um produto turístico de qualidade e atrativo (32). Realidade com a qual cerca de 90% dos responsáveis concordou, tendo reunido a concordância total de 64%, registando uma média de respostas de 4,5 e um desvio padrão

de 0,692.

Destacaram-se ainda as reflexões *É necessário desenvolver uma rede de jardins com programas de visitas diversificados (33)* e *A dinamização dos jardins passa por valorizar e promover os seus recursos (34)*, comprovando-se a necessidade de se voltarem as atenções tanto para os recursos como

para a sua valorização e dinamização através de formas de organização em rede, maximizadoras de sinergias positivas a diversos níveis. Ambas registam os níveis mais altos de concordância, parcial

e total, com 94% e 95% respetivamente e médias de resposta próximas do nível 5 (concordo totalmente).

Quadro 3 | Perceção dos proprietários/responsáveis sobre as perspetivas futuras

Afirmações Perspetivas futuras	Nível de concordância/discordância (%)						Medidas de dispersão				
	NS/NR	1	2	3	4	5	Méd	Mod	Mín.	Máx.	DP
32. Portugal tem recursos, em termos quantitativos e qualitativos, para construir um produto turístico de qualidade e atrativo	0,0	0,0	0,0	11,1	25,4	63,5	4,52	5	3	5	0,692
33. É necessário desenvolver uma rede de jardins com programas de visitas diversificados	1,6	0,0	0,0	4,8	41,3	52,4	4,41	5	0	5	0,816
34. A dinamização dos jardins passa por valorizar e promover os seus recursos	1,6	0,0	0,0	3,2	33,3	61,9	4,52	5	0	5	0,800
35. É importante desenvolver atividades diversas e eventos/festivais dentro e fora de "muros"	0,0	0,0	4,8	19,0	39,7	36,5	4,08	4	2	5	0,867
36. É urgente desenvolver e/ou melhorar conteúdos informativos e as formas de os transmitir	0,0	0,0	0,0	9,5	33,3	57,1	4,48	5	3	5	0,669
37. É necessário criar uma marca que ateste a qualidade e notabilidade dos jardins à semelhança de França com o dístico " <i>Jardin Remarquable</i> "	1,6	0,0	1,6	12,7	34,9	49,2	4,27	5	0	5	0,937
38. É essencial haver cooperação entre os diversos serviços/operadores para maximizar benefícios	0,0	0,0	0,0	9,5	30,2	60,3	4,51	5	3	5	0,669
39. É fundamental que os operadores turísticos reconheçam e apostem neste nicho de mercado	0,0	0,0	0,0	11,1	34,9	54,0	4,43	5	3	5	0,689
40. Os jardins por si só não terão futuro se não forem integrados em produtos compostos	0,0	4,8	14,3	27,0	31,7	22,2	3,52	4	1	5	1,134
41. Os jardins e a sua visita nunca passarão de um complemento de outros produtos/destinos	0,0	19,0	28,6	20,6	25,4	6,3	2,71	2	1	5	1,224
42. Continuará a existir apenas um conjunto escasso de jardins a constituir efetivas atrações	0,0	9,5	17,5	31,7	20,6	20,6	3,25	3	1	5	1,244
43. O produto turismo de jardins em Portugal é uma utopia	1,6	42,9	23,8	14,3	12,7	4,8	2,08	1	0	5	1,261
44. A visita a jardins tem um grande potencial e uma ampla margem de progressão no país	0,0	0,0	1,6	14,3	46,0	38,1	4,21	4	2	5	0,744
45. Portugal pode tornar-se um destino de jardins de sucesso a curto/médio prazo	0,0	0,0	1,6	25,4	46,0	27,0	3,98	4	2	5	0,772

Fonte: Elaboração própria

Fica evidenciado que, para este conjunto de proprietários/responsáveis de jardins históricos, Portugal dispõe de recursos com potencialidades para a construção de um produto turístico de qualidade sendo necessário para tal a sua valorização e promoção através da aposta na informação, na cooperação, na estruturação em rede, na qualificação e diversificação da oferta, na criação de uma marca, à semelhança de França com o dístico *Jardin Remarquable* e no seu reconhecimento pelos operadores turísticos.

Por fim, tendo em conta a clara posição dos inquiridos, fica demonstrado que o turismo de jardins no país não é uma utopia, mas uma realidade efetiva que dispõe ainda de uma vasta margem de progressão, embora seja crucial uma organização e promoção sustentada e concertada para que este produto se torne competitivo no seio da oferta turística nacional.

Portugal pode, num futuro próximo, tornar-se num destino de jardins de sucesso, pois para além da riqueza e especificidade da oferta, os proprietários/responsáveis são tendencialmente favoráveis ao maior desenvolvimento da vertente lúdica e turística nos jardins históricos portugueses (Figura 2) por via dos consequentes benefícios económicos, e socioculturais que daí advêm, não deixando, todavia, de alertar para os obstáculos inerentes e que é necessário ultrapassar. Cerca de 64% dos responsáveis assumem-se totalmente favoráveis, argumentando que para além de constituir uma forma de valorização, preservação e conservação deste tipo de património (22% dos inquiridos), é também uma via de promoção e divulgação dos jardins do país (17% dos inquiridos), e cerca de 30% são favoráveis, embora com alguma reserva, justificando o facto de se ter que ter em conta a capacidade de carga dos jardins (a área) e o tipo de

jardim (12% dos inquiridos), uma vez que segundo eles, o objetivo não é um turismo de massas e nem todos os jardins apresentam condições físicas ou vocação para o desenvolvimento desta vertente,

sendo necessário uma complementaridade entre funções e não o enaltecimento de uma só.



Fonte: Elaboração própria

Figura 2 | Nível de favorabilidade face ao desenvolvimento lúdico/turístico nos jardins históricos

5. Conclusão

Os jardins adquirem uma relevância crucial como espaços de consumo lúdico, quer para a atratividade dos territórios, quer para a população integrante desses mesmos territórios, e por isso são cada vez mais visitados. E são justamente os proprietários que testemunham e atestam esse interesse.

Uma análise à atual dinâmica lúdica e turística dos jardins históricos portugueses na perspetiva dos seus proprietários/responsáveis permitiu não só conhecer a realidade nacional, no que concerne à situação atual (onde foram destacados os principais constrangimentos e pontos fortes) e a perspetivas futuras (tendo sido corroboradas as ações necessárias à sua qualificação e desenvolvimento), como também a posição destes face ao desenvolvimento da atividade lúdica/turística neste tipo de

jardins.

Em termos gerais, reconhece-se o carácter atrativo próprio dos jardins, a sua importância para os territórios e sociedades assim como a atividade turística como um dos meios de salvaguarda dos jardins históricos, não obstante um conjunto de constrangimentos que é imperativo ultrapassar. A definição de uma estratégia concertada é essencial num momento em que há cada vez mais público interessado em jardins, podendo este segmento, ainda pouco explorado, constituir um segmento turístico de relevância no país.

Do nosso ponto de vista, é de todo o interesse para o sustentado e sustentável desenvolvimento deste produto que a posição dos responsáveis dos jardins históricos, sendo estes os atores mais conhecedores da realidade, seja tida em conta numa futura estratégia.

Referências

- Albergaria, I. S. (2005). *Parques e Jardins dos Açores – Azores Parks and Gardens*. Lisboa: Argumentum.
- Andrade, I. El-J. (2008). Construção e desconstrução do conceito de jardim histórico. *Risco*, 8(2), 138-144.
- Attlee, H. (2008). *The Gardens of Portugal*. Londres: Frances Lincoln Ltd.
- Bauer-Krösbacher, C. & Payer, H. (2012). *Profiling the garden heritage tourist*. Acedido em 01 de junho de 2015, em www.southeast-europe.net/
- Benfield, R. W. (2013). *Garden Tourism*. Wallingford: CABI Publishing.
- Berjman, S. (2001). El paisaje y el patrimonio. Seminario Internacional *Los Jardines Históricos: Aproximación Multidisciplinaria*. Buenos Aires: Icomos.
- Bhatti, M., & Church, A. (2000). 'I never promised you a rose garden': gender, leisure and home-making. *Leisure Studies*, 19(3), 183-197. DOI: 10.1080/02614360050023071
- Blandignères, M. & Racine, M. (2002). *Le tourisme de jardins en France: panorama de l'offre*. Paris: AFIT.
- Castel-Branco, C. (Coord.) (1998). *Levantamento e Avaliação de Jardins Históricos para Turismo* (Vol. 1). Lisboa: Centro de Ecologia Aplicada Baeta Neves do Instituto Superior de Agronomia.
- Castel-Branco, C. (Dir.) (2002). *Jardins Históricos. Poesia atrás dos Muros*. Lisboa: Inapa.
- Connell, J. (2002). *A critical analysis of gardens as a resource for tourism and recreation in the UK*. PhD Thesis, University of Plymouth, Plymouth, UK.
- Connell, J. (2004). The purest of human pleasures: the characteristics and motivations of garden visitors in Great Britain. *Tourism Management*, 25(2), 229-247. DOI: 10.1016/j.tourman.2003.09.021
- Connell, J., & Meyer, D. (2004). Modelling the visitor experience in gardens of Great Britain. *Current Issues in Tourism*, 7(3), 183-216. DOI: 10.1080/13683500408667979
- Connell, J. (2005). Managing gardens for visitors in Great Britain: a story of continuity and change. *Tourism Management*, 26(2), 185-201. DOI: 10.1016/j.tourman.2003.10.002
- Czałczyńska-Podolska, M. (2014). Utilization and preservation of historic gardens and the development of garden tourism. *Technical Transactions Architecture*, 5-A, 131-145. DOI: 10.4467/2353737XCT.14.149.3237
- Evans, M. (2001). Gardens tourism – is the market really blooming?. *Tourism Insights – Sharing sector expertise, analysis and intelligence*, 12(4), 153-159.
- Fox, D. & Edwards, J. (2008). Managing Gardens. In A. Fyall, B. Garrod, A. Leask & S. Wanhill (Eds.), *Managing Visitor Attractions*, Chapter 13 (pp. 217-236). Oxford: New Direction, Butterworth Heinemann.
- Icomos (1982). *Historic Gardens – The Florence Charter 1981*. Paris: International Council on Monuments and Sites.
- Lazzaro, C. (1990). *The Italian Renaissance Garden*. New Haven and London: Yale University Press.
- Longhurst, R. (2006). Plots, plants and paradoxes: contemporary domestic gardens in Aotearoa/New Zealand. *Social & Cultural Geography*, 7(4), 581-593. DOI: 10.1080/14649360600825729
- Luckhurst, G. (2010). *The Gardens of Madeira*. Londres: Frances Lincoln Ltd.
- Müller, D. (2011). "Phänomen "Gartentourismus". ein theoretischer Bezugsrahmen". In A. Kagermeier & A. Steinecke (Hrsg.), *Kultur als touristischer Standortfaktor. Potenziale – Nutzung – Management* (pp. 101-113). Paderborn: Universität Gesamthochsch.
- Netto, A. P. & Gaeta, C. (2011). *Turismo de experiência*. São Paulo: Editora Senac.
- Quintal, R. (2009). A importância dos jardins como nicho turístico na Madeira. In J. M. Simões & C. C. Ferreira (Eds.), *Turismos de nicho: motivações, produtos, territórios* (pp. 71-93). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- Ribeiro, M. M. A. (2014). *Jardins históricos e turismo cultural em Portugal*. Dissertação de Mestrado, Instituto Superior de Agronomia da Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa.
- Robinson, M. & Novelli, M. (2005). Niche Tourism: an introduction. In M. Novelli (Ed.), *Niche Tourism. Contemporary issues, trends and cases*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Segall, B. (1999). *Gardens of Spain and Portugal – a touring guide to over 100 of the best gardens*. London: Mitchell Beazley.
- Sharpley, R. (2007). Flagship attractions and sustainable rural tourism development: the case of the Alnwick Garden, England. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 125-143. DOI: 10.2167/jost604.0

- Silva, S. & Carvalho, P. (2014). O turismo de jardins em Portugal: realidade ou utopia? Uma análise aos tours de jardins no país'. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 4 (21/22), 447-458.
- Sqw (2007). *A value and impact assessment of Tatton Park. Executive Summary*. Acedido em 25 de fevereiro de 2016, em <http://project.eghn.org/>
- Thomas, R., Porteous, G. & Simmons, D. (1994). *Garden Tourism and its Potential Organization in Canterbury*. Occasional Paper N.º 10. Canterbury: Department of Parks, Recreation and Tourism, Lincoln University.
- Travassos, D. (Coord.) (2009). *Guia dos parques, jardins e geomonumentos de Lisboa*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa.
- Valcarcel, J. M. G. (1973). Les jardins et les villes historiques. In Icomos (1993, Coord.), *Jardins et Sites Historiques* (pp. 100-101). Madrid: Fundation Cultural Banesito.