



Vol 5, Nº 13 (Diciembre/Dezembro 2012)

GARDEN TOURISM: NICHOS TURÍSTICOS DA PÓS-MODERNIDADE

Susana Silva¹

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

Paulo Carvalho²

CEGOT - Universidade de Coimbra (Portugal)
paulo.carvalho@fl.uc.pt

RESUMO

A atividade turística mudou e assume-se agora como uma indústria de experiências o que tem feito aumentar a procura de paisagens pelo que estas evocam, simbolizam e representam. Os jardins, espaços de sensações visuais e sensoriais várias são cada vez mais locais de visita, de atividades várias ou simplesmente de contemplação e de estar. Estão na ordem do dia no contexto internacional e o turismo de jardins experiencia um crescimento notável, ao ponto de ser considerado um fenómeno do turismo cultural e de recreação da sociedade pós-moderna. Este trabalho pretende refletir sobre a importância que os jardins têm adquirido enquanto recursos turísticos/lúdicos no seio da atividade turística e dos próprios territórios, e analisar o contexto internacional e nacional deste nicho turístico com o objetivo de demonstrar que os jardins constituem locais turísticos com potencialidades, por conhecer e explorar, e com uma margem de progressão grande.

PALAVRAS - CHAVE: paisagens simbólicas, jardins, nicho turístico, turismo de jardins

¹ Mestre em Geografia (Ordenamento do Território e Desenvolvimento) e Doutoranda em Geografia (Universidade de Coimbra).

² Doutor em Geografia (Universidade de Coimbra).

ABSTRACT

The tourism industry has changed and is assumed now as an industry of experiences which have led to the increase of demand of landscapes for what they evoke, symbolize and represent. The gardens, spaces of various sensorial and visual sensations, are increasingly places to visit, of several activities or just for contemplation and be in. They are on the international agenda and the garden tourism experience a remarkable growth, the point of being considered a phenomenon of cultural tourism and the post-modern society recreation. This research intends to reflect about the importance that gardens have acquired as tourist/leisure resources in the touristic activity and territories, and analyze national and international context of this tourism niche in order to demonstrate that the gardens are potential tourist spots, to know and explore, and with large margin for improvement.

KEY-WORDS: symbolic landscapes, gardens, niche tourism, garden tourism

1. INTRODUÇÃO

“Espectador da natureza, o homem encontra o equilíbrio no mundo natural e este universo pode ser constituído num elemento útil para o turismo. A procura por locais paradisíacos constitui hoje uma parcela importante da actividade turística mundial. O homem alimenta a utopia de poder contemplar e interagir com uma paisagem natural, mesmo que esta seja uma paisagem normalizada”.

(Assunção, 2008: 318)

A atividade turística alargou-se, espacialmente, temporalmente e em termos de diversidade, num duplo sentido, o da oferta e o da procura. O aceso contexto concorrencial em busca de um protagonismo a qualquer custo tem “escravizado” à atividade turística territórios, paisagens e agentes que ganham algum tipo de notoriedade, efémera ou não, extrapolando muitas vezes o imaginável.

O turismo e locais de massas (praias, cidades, montanhas nevadas), muito embora ainda dominem, vêm sendo articulados e complementados com um espectro particular segmentos turísticos alimentados por turistas mais conscientes, mais seletivos, mais exigentes e mais complexos (Simões e Ferreira, 2009) que configuram uma procura mais fragmentada e menos uniformizada e padronizada. Estes, mais do que locais diferentes e originais, procuram acima de tudo experiências e atmosferas únicas que os marquem e que os enriqueçam sobretudo em termos imateriais e emocionais, em termos de atualização e realização pessoal e que deem corpo às suas representações mentais (Gnoth, 1997; Goossens, 2000). Experiências turísticas criativas e qualitativas que vão muito mais além do mero preenchimento do tempo livre e que proporcionem muito mais do que uma satisfação imediata de descanso, lazer e recreio.

Neste sentido, tem aumentado a procura de paisagens pelo que estas evocam, simbolizam e representam (Fernandes, 2011) de tal forma que, os nichos turísticos, mais do

que meras curiosidades ou excentricidades, têm ganho adeptos e em muitos contextos surgem já como alternativas. São exemplos disso, o turismo de saúde e bem-estar, geoturismo, turismo ornitológico/*birdwatching*, *huntig tourism*, enoturismo, turismo de passeio pedestre, turismo de cruzeiros, turismo arqueológico, turismo religioso, *dark tourism*, *university tourism*, turismo étnico, volunturismo, autocaravanismo, turismo de eventos, TER, balonismo, cicloturismo, turismo desportivo, turismo de rotas, turismo gastronómico, turismo sexual, turismo literário, turismo de jardins/*garden tourism*, entre outros (Cavaco e Simões, 2009).

Determinados lugares e paisagens ganham então uma centralidade, turística, à custa do que representam e proporcionam àquele que sobre eles depositou determinada expectativa e deles usufrui em termos lúdicos, de bem-estar, sociais e sensoriais, mas também muito por causa das suas narrativas e simbologias intrínsecas e que constituem muitas vezes a causa do efeito.

O atual contexto em que se vive, minado por incertezas, sentimentos contraditórios e paradoxais, em que as sociedades se sentem prisioneiras e enclausuradas pelo impessoal betão, as pesadas e caóticas atmosferas do dia a dia e uma sociabilidade em muitos contextos pautada pela indiferença, esta mesma sociedade procura desesperadamente algo que o evada por momentos, que o transporte para algo ou algures bem melhor do que a realidade em que vive mergulhado. O homem procura um regresso às origens, procura um paraíso perdido (Nys, 1999), e as suas atitudes mostram-no claramente. “Chegou a hora dos jardins” ou “*Aujourd’hui, les jardins sont à la mode*”, as afirmações de M. Baridon e R. Péchere, proferidas em 1998 e 1993, respetivamente, nunca estiveram tão atuais como hoje.

Com efeito, o jardim ilustra a relação do homem com a natureza e configura uma cópia cultural da natureza (Assunção, 2008), por isso é celebrado pela Carta de Florença como um “monumento vivo” com uma dupla essência, a cultural e a ecológica. Num momento em que os jardins estão na ordem do dia no contexto internacional, o turismo de jardins experiencia um crescimento notável ao ponto de ser considerado um fenómeno, “o turista moderno redescobre, assim, aquilo que o artista sempre soube; é que as cores da natureza foram sempre para o homem aquelas que melhor se harmonizam com as profundidades da sua vida mental” (Baridon, 1998: 2, citado em Castel-Branco, 2002: 9).

2. OS JARDINS ENQUANTO RECURSOS ESTRATÉGICOS NA ATUAL CONCEÇÃO DE TURISMO, RECREIO E LAZER

Nas últimas duas décadas o turismo tem-se assumido como uma indústria de experiências. Os turistas procuram experiências únicas (Netto e Gaeta, 2011) que lhes proporcionem qualidades materiais e imateriais e os estimulem emocionalmente o que leva a caracterizar o turista pós-moderno como multimotivado pois procura satisfazer múltiplas necessidades durante a sua viagem (Uriely, 2005).

Nesta linha, as alterações processadas nos domínios da procura, da oferta e do contexto macroeconómico têm delineado uma nova orientação, uma nova leitura e experiências turísticas, o que exige novos requisitos de competitividade e de diferenciação

especial para a atividade turística onde novos (ou renovados e reinventados) produtos e destinos se desenvolvem de modo a satisfazer os interesses cada vez mais específicos da procura (Hall e Page, 2006), que se baseiam nos conteúdos estratégicos de cada território, diversificando assim uma oferta demasiado restrita e condicionada pelos destinos tradicionais (Barros, 2004; Fonseca, 2005).

Os turismos de nicho, mais associados a uma lógica de sustentabilidade territorial, a motivações e escolhas turísticas alternativas, mais intimistas e genuínas e a novos modismos, identificam-se assim pela escala limitada da sua procura, e constituem, em alguns contextos, oportunidades chave de inovação e aumento do desenvolvimento turístico e territorial (Simões e Ferreira, 2009).

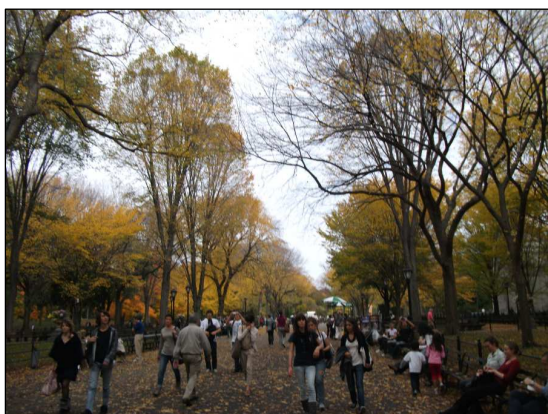
Os jardins, cenários privilegiados em termos visuais, constituem para Wanhill (2003, citado em Fox, 2006) a única forma de *imagescape* ou importantes componentes da *green-scape* e parte insubstituível da paisagem histórica na opinião de Wilson (2009), pois uma vez corretamente conservados e preservados são vistos por sucessivas gerações, sociedades que o percebem e apreendem de forma diferente das suas antecessoras, tornando-o num importante testemunho e documento cultural, que se renova e deteriora (Andrade, 2008) e, a sua visita uma forma de turismo cultural na sociedade pós-moderna que adquire um papel importante no tempo e necessidades de lazer do turista (Connell, 2004; Assunção, 2008).

O turismo de jardins ou *garden tourism* que, para THOMAS *et al.* (1994: 2), inclui os “...*garden tours, garden festivals and special events...*”, é identificado por Quintal (2009) como um nicho de turismo especializado em visitas a jardins botânicos, jardins históricos e a outros jardins com elevada fitodiversidade, que em contextos rurais e urbanos, congrega ao mesmo tempo valores e componentes naturais e culturais e muitas vezes históricas (Cavaco e Simões, 2009).

O jardim corresponde a um cenário “natural” construído com morfologias, cores, sons e cheiros capaz de despertar várias sensações e sentimentos, e por consequência com uma grande capacidade atrativa, de tal forma que, este tipo particular de paisagem incorpora muitas vezes elementos da identidade e imagem de um território. As estratégias de desenvolvimento dos lugares, impregnadas de sentimentos de diferenciação, originalidade, unicidade e exclusividade que se desenvolvem mais do que nunca a partir dos recursos do próprio território, apoderam-se destes elementos colocando-os à disposição das manobras estratégicas do marketing territorial, transformando-os em traços identitários e com isso em atrações turísticas, com objetivo de conferir um determinada centralidade ao território.

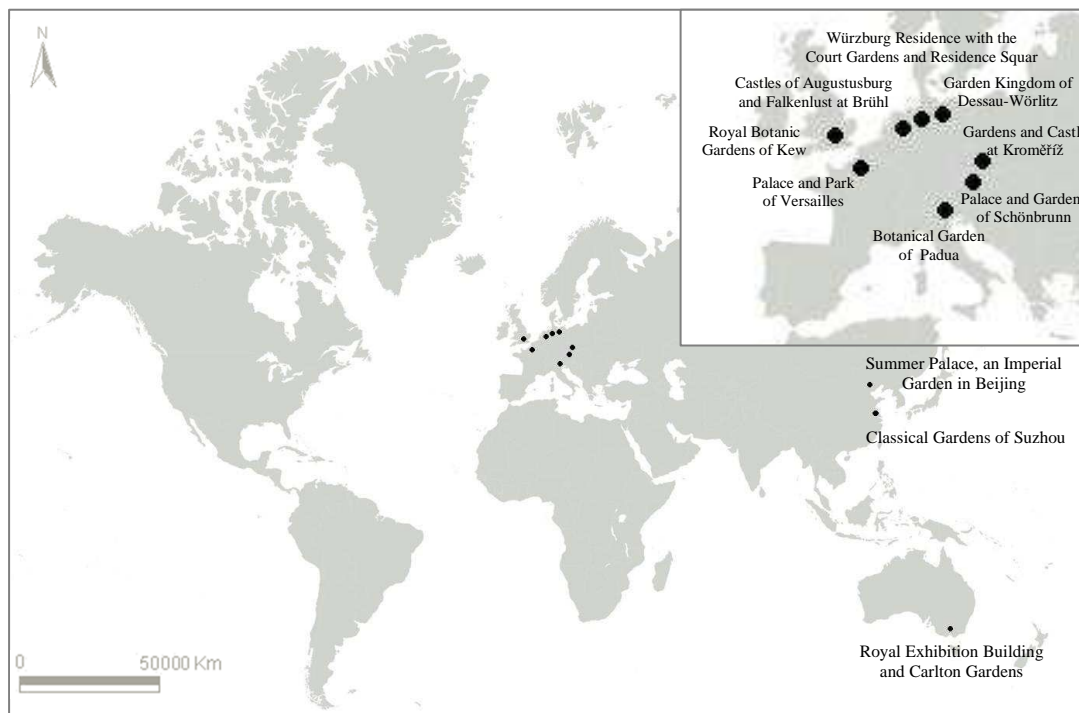
Basta pensar que alguns dos mais famosos sítios turísticos no mundo são jardins ou estão associados a jardins e constituem grandes atrações turísticas por si só como o Central Park (figuras 1 e 2) que aparece no topo das imagens relacionadas com Nova Iorque (EUA), mas também Tivoli (Dinamarca) que possui nos seus domínios o mais alto carrossel do mundo - *The Star Flyer*, Giverny que foi durante anos o refúgio do pintor impressionista Monet, e Versailles, casa da nobreza francesa, sede da Corte Real e sobretudo símbolo do absolutismo de Luís XIV (França), os inúmeros jardins Zen do Japão, Keukenhof (Holanda) que goza do

estatuto de maior jardim de flores do mundo (com cerca de 7 milhões), abre apenas 2 meses por ano e recebe cerca de 800 mil visitantes por temporada, Kirstenbosch Gardens na África do Sul e Butchart Gardens no Canadá. Ou ainda porque têm associada a classificação de Patrimônio Mundial (figura 3) como o Royal Exhibition Building and Carlton Gardens (Austrália), Palace and Gardens of Schönbrunn (Áustria), Gardens and Castle at Kroměříž (República Checa), Classical Gardens of Suzhou (China) ou Kew Gardens na Grã-Bretanha (Unesco, 2011).



Fonte: Dos autores (2010)

Figuras 1 e 2: Central Park – Nova Iorque



Fonte: Unesco, 2011

Figura 3: Jardins que figuram como Patrimônio Mundial

O turismo tira então partido da territorialização de narrativas, símbolos e imagens associadas ao jardim. Este torna-se protagonista, enquanto paisagem por si só e/ou enquanto paisagem com uma simbologia e história associada, não raras as vezes “construída” e fantasiada, quer seja política e social, quer seja de cariz romântico¹.

E muitas vezes, as indústrias culturais constituem o meio (acidental ou propositado) para o fim, a construção de novos territórios turísticos ou a consolidação dos mesmos. Servem-se das histórias, das narrativas e até mesmo dos símbolos há muito associados a determinados lugares ou apenas os tomam como cenários na construção de novas narrativas que ficam a partir daí imbuídas nesses espaços, suscitando a curiosidade, a vontade e a experiência da visita. Fontes de inspiração, tomam então o papel de ator (principal ou secundário) no cinema, televisão, literatura, publicidade, pintura, que desta maneira atribuem um protagonismo e importância, efêmeros em muitos casos, eternos em muitos mais, a determinados lugares. O visitante concretiza assim o desejo de visitar e de obter uma concretização visual e palpável de algo que apenas viu no cinema ou televisão, nos livros ou na tela, nomeadamente estar no sítio onde determinadas cenas (com determinados atores) foram rodadas, onde um pintor se inspirou, onde um poeta se enamorou,...

Os jardins de Giverny (França) foram a morada e inspiração do impressionista Claude Monet que aí pintou os famosos quadros da série *Nenúfares* e retratou elementos do mesmo em várias das suas obras como a ponte japonesa. O jardim de Monet transformou-se ainda no cenário de algumas passagens do filme *Meia-noite em Paris* de Woody Allen (2011), sendo visitado anualmente por cerca de 500 mil pessoas, em 2011 houve um número record de visitantes, 611 mil, mais 15% que em 2010 (FM, 2012).

Em Versailles, para além das muitas películas que aí têm sido rodadas, reproduzindo sobretudo episódios da história francesa, também jogos de vídeo e música vêm ajudando à projeção mundial deste monumento. O Jardim da Especulação Cósmica (Escócia), que apenas abre um dia por ano, serviu igualmente de inspiração para uma das composições de Michael Gandolfi, uma peça que foi indicada ao Grammy em 2009 na categoria “Melhor Composição Clássica Contemporânea”. De referir ainda o castelo de Alnwick (Inglaterra), cujo curriculum enquanto cenários/set de vários filmes e séries de televisão é extenso, em 2002, viu aumentar os seus visitantes de 60.000 para 140.000 e os seus jardins atraíram mais de 300.000 visitantes muito por causa do facto de ter sido rodado parte do primeiro filme de Harry Potter neste castelo, seguindo-se-lhe posteriormente todos os outros.

Contudo, também é certo que enquanto atrações turísticas principais, os jardins podem constituir uma forma sustentável de desenvolvimento turístico com repercussões na atratividade de outros produtos locais/regionais e com impactos positivos na economia local e regional. Veja-se os casos de *Alnwick Garden* em *Northumberland* e o *Eden Project* na *Cornwall* (Reino Unido) cujos objetivos pressupunham a recuperação económica regional. O primeiro ultrapassou as previsões de 67.000 visitantes anuais para 570.000 visitantes em 2003 (abriu em 2001), tornou-se num potencial catalisador para o desenvolvimento sustentável da região, teve logo um impacto positivo no aumento de chegadas de turistas à região, no aumento dos investimentos em hotelaria e na qualidade dos serviços, no aumento dos negócios locais (visitantes que depois se dirigiam a outras atrações da região e à própria cidade, criação de postos de trabalho e novos negócios). O *Eden Project* atraiu, em 2001, 500.000 visitantes adicionais para a Cornualha, gerando £111 milhões em proveitos diretos (£188 milhões indiretos e induzidos), 435 empregos no local, funcionando ainda como suporte de cerca de 3500 empregos na região (Sharpley, 2007).

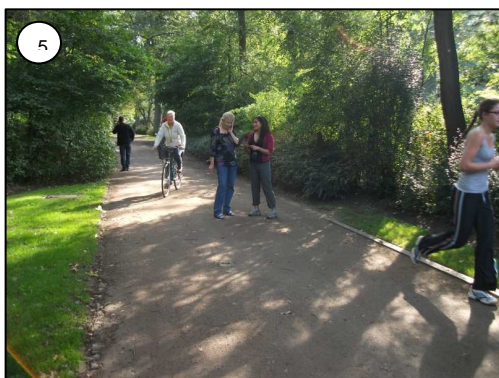
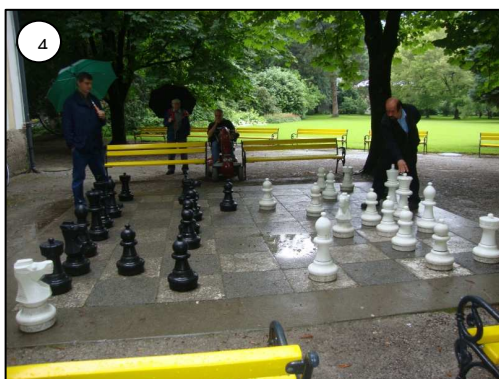
3. O CONTEXTO INTERNACIONAL DO GARDEN VISITING/GARDEN TOURISM

A perceção da importância dos jardins enquanto recursos turísticos estratégicos é mais solidamente apreendida quando observamos o contexto internacional do fenómeno (assim intitulado por Connell e Meyer, 2004 e Benfield, 2009) que, não sendo novo (Tipples e Gibbons, 1990), adquire hoje proporções elevadas, e com grandes margens de progressão em outros tantos contextos.

O turismo de jardins tem origens na Europa, particularmente em Inglaterra onde se desenvolveu o conceito de *garden tours* impulsionado pelo *National Garden Scheme* e o *The National Trust*, e na Alemanha com os *Federal Garden Shows (Bundesgartenshaus)* (Thomas,

et al., 1994), constituindo por isso uma prática enraizada e desenvolvida nestes países. Mas não é menos importante na Nova Zelândia, Austrália, Singapura, Japão, Irlanda, Holanda, Canadá ou Estados Unidos da América (Thomas *et al.*, 1994; Evans, 2001; Fox, 2006; Fox, 2007; Blandigneres e Racine, 2002; Connell e Meyer, 2004), há muito familiarizados com este tipo particular de turismo. Constitui, no entanto, uma novidade as proporções e a dimensão que vem tomando no seio da atividade turística global (Bhatti e Church, 2000; Connell, 2004; Connell, 2005).

As motivações são diversas e derivam em muito do que o jardim tem para oferecer em termos funcionais já que é considerada uma paisagem multidimensional que desperta várias sensações e é encarado sob diversas perspetivas de quem dele usufrui (Bhatti e Church, 2000), e que vão desde a apreciação de qualidades raras e estéticas de determinadas plantas, o interesse pelo design dos jardins e técnicas utilizadas em diferentes períodos da história para os moldar, o prazer de contemplar o cenário, ambiência e atmosfera dos jardins (Connell e Meyer, 2004), a paz, tranquilidade e liberdade que os jardins transmitem (Fox, 2006), os seus efeitos restauradores e espirituais e elementos essenciais ao equilíbrio humano físico, psicológico, social, da saúde e bem-estar geral (Nighat, *et al.*, 2005; Holbrook, 2009; Berg *et al.*, 2010), à socialização e encontro com família e amigos (Bennet e Swasey's, 1996, citado em Ballantyne *et al.*, 2008) (figuras 4, 5 e 6).



Fonte: Dos autores (2011, 2012)

Figuras 4, 5 e 6: Imperial Gardens (Innsbruck – Áustria); Rhododendron – Park (Bremen – Alemanha) e Parco XXV Aprile (Rimini – Itália)

Os números da procura espelham a dimensão global que tomou. Embora os dados quantitativos avançados não sejam comparáveis entre países, uma vez que são recolhidos seguindo várias metodologias e incluindo diferentes categorias, para além dos dados disponíveis por países não coincidirem nos mesmos anos, parece facto comum aos exemplos abordados que os jardins geram um interesse significativo tanto nos turistas domésticos como nos internacionais (Connell e Meyer, 2004).

A Grã-Bretanha tinha, no início do século XXI, mais de 3500 jardins abertos ao público para visitas turísticas que figuravam na lista do Yellow Book (*Gardens of England and Wales Open for Charity*), onde só 400 jardins haviam sido visitados por 16 milhões de pessoas no início do milénio (Evans, 2001), dos quais se destaca *Kew Gardens* que alberga por ano mais de 1 milhão de visitantes (VisitEngland, 2011).

Na Austrália os 123 Jardins Botânicos, Arboretos e Herbários a operar em 1999/2000 foram visitados por 11,8 milhões de pessoas (ABS, 2001), em 2005/2006, só os turistas domésticos, com 15 ou mais anos, representaram cerca de 5,4 milhões de visitas aos jardins botânicos (ABS, 2007). E, na Irlanda, se em 2000 eram 574.000 os visitantes, em 2007 foi ultrapassada a barreira do milhão (1.288.000) (Failte Ireland, 2008).

Na Nova Zelândia os jardins e os populares festivais de verão, os *Flora Festivals* e os *Gardenz* (Thomas *et al.*, 1994), atraem milhares de visitantes. Só nos jardins de Christchurch, considerada a "*Garden City of New Zealand*" (Tipples e Gibbons, 1990) e um dos destinos mais atrativos, estima-se que seja visitado por cerca de 1,2 milhões de turistas domésticos e estrangeiros por ano (Christchurch Government, 2007).

Na Áustria, os 24 membros do *Gardens of Lower Austria* têm recebido nos últimos anos cerca de 1,5 milhões de visitantes, cujos proveitos calcula-se que cheguem aos 75 milhões de euros (Die Garten, 2007). Já em França, a evolução do mercado tem sido fulgurante (+117% entre 1998 e 2000) muito por causa da multiplicação da abertura de parques e jardins ao público (passou-se de 150 em 1991 para 750 em 2000 e mais de 1400 em 2007) e da explosão de eventos e manifestações ao longo do ano com destaque para a operação *Rendez-vous aux jardins* (Arama-Carrel, 2006), onde em 2011 cerca de 2200 jardins atraíram 1,8 milhões de visitantes (MCC, 2012). Os dados disponíveis revelam que em 2000 um conjunto de 405 jardins atraíram 25 milhões de turistas (Deladerrière, 2004), destacando-se os jardins do Castelo de Versailles com 6 milhões (alcançando os 8 milhões em 2006), onde é ativa a promoção e animação dos jardins através de diversos eventos nomeadamente o *Festival Internacional des Jardins* e outras manifestações como espetáculos, exposições e recitais (CPJF, 2011).

Sob uma perspetiva internacional trata-se de uma atividade bastante significativa e Benfield (2009) considera mesmo que o turismo de jardins poderá tornar-se num dos maiores setores de retalho no mercado turístico, dando o exemplo de que há mais pessoas a visitar jardins do que a Disneyland e o Disneyworld juntos, suplantando ainda os visitantes anuais de Las Vegas. O autor chega mesmo a apelar o *garden tourism* de fenómeno que mobiliza só

nos Estados Unidos mais de 40 milhões de turistas/visitantes². Uma noção de fenómeno que não é recente ou lhe é exclusiva, pelo contrário, trata-se de um cenário que tem vindo a ser corroborado por outros autores como Connel (2005) ou mais recentemente por Müller (2011).

4. O TURISMO DE JARDINS EM PORTUGAL: REALIDADE OU UTOPIA?

Em Portugal, dos jardins enquanto recursos turísticos muito pouco se conhece, não obstante a temática ter sido tratada por alguns autores, embora sejam sobretudo abordagens sob outras perspetivas, nomeadamente a histórica, arquitetónica e fitogeográfica onde o carácter de inventário subjaz a maioria da produção científica que nos chega³.

Ao longo do tempo, e na sequência do interesse que os jardins iam despertando em consciências mais atentas para o real valor destes espaços, principalmente no seio da comunidade científica composta pelos arquitetos paisagistas, foram-se elaborando inventários, uns mais completos que outros, embora o espólio, creem muitos, não seja verdadeiramente conhecido.

Destacam-se na década de 90 dois importantes inventários. Um primeiro onde no âmbito do Inventário do Património Arquitectónico (IPA), foi criada uma base de dados informatizada dos Jardins e Sítios Históricos de Portugal, pela extinta Direcção Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais (DGEMN) em colaboração com arquitetos paisagistas, docentes da Universidade de Évora. Nela foram registados, descritos e enquadrados historicamente e em termos de classificação legal cerca de 300 Jardins e Cercas, Tapadas e Parques (Castel-Branco, 2002).

Contudo, só no final da década de 90 (do século XX) os jardins começam a ser encarados como espaços turísticos e se faz o levantamento dos jardins históricos com potencial turístico em Portugal Continental proposto pelo Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo (o então Fundo de Turismo) realizado por uma equipa de arquitetos paisagistas, do qual se obteve uma lista de 130 jardins, dando origem ao trabalho de Cristina Castel-Branco (2002) *Jardins com história, Poesia atrás dos Muros*, uma base de dados que coloca em destaque um conjunto de jardins com as melhores condições para se tornarem atrações turísticas (Castel-Branco, 2002).

Raimundo Quintal (2009), com *A importância dos jardins como nicho turístico na Madeira*, será porventura um dos primeiros a abordar os jardins como recursos turísticos, apresentando argumentos que sustentam e validam esta tendência através dos estudos de caso que apresenta relativamente à Madeira, muito embora seja ainda bastante sustentado através do conteúdo fitogeográfico.

Atualmente, a Associação Portuguesa dos Jardins e Sítios Históricos (APJSH) é a instituição a nível nacional a face visível de uma oferta mais ou menos organizada, centrada especialmente nos jardins históricos, um tipo particular de património que é necessário proteger e conservar, mas cuja dispersão de proprietários comprometia a necessária manutenção e preservação dos jardins.

Agrupar estes proprietários em redor de um interesse comum – a preservação dos jardins históricos – foi um dos fatores que levou à criação da APJSH em 2003, à qual pertencem jardins botânicos, jardins de palácios, de fundações e jardins privados⁴.

Esta Associação tem como principais missões e objetivos a conservação e valorização de sítios naturais e históricos, de caráter privado e público, entendidos como espaços de valor estético, interesse científico, cultural, educativo e paisagístico, a representação e apoio aos associados, a colaboração com entidades públicas no estudo e elaboração de diplomas de natureza legal ou regulamentar, bem como de programas de enquadramento adequado com vista à defesa e preservação dos jardins e contribuir para a valorização dos jardins históricos como produto turístico (APJSH, 2009).

Em Portugal, o turismo de jardins constitui um segmento embrionário, pouco divulgado e explorado e menos ainda estudado, sendo que os dados disponíveis não estão compilados, são escassos e referentes a casos pontuais. Contudo, poder-se-á afirmar que o principal foco da procura localiza-se da Madeira, onde só os 3 principais jardins atraem mais de 650 mil visitantes originando uma receita superior a 3,5 milhões de euros (Quintal, 2009), destacando-se o Jardim Botânico da Madeira que, entre entradas pagas e gratuitas, contabilizou 364.400 visitantes em 2011 (JBM, 2012). Este conjunto de jardins da Madeira será porventura, à luz dos atuais dados conhecidos e disponíveis, o de maior sucesso e visibilidade em termos da conceção destes espaços como territórios de turismo, recreio e lazer, uma vez que há uma promoção conjunta dos jardins com outros pontos turísticos e porque os principais turistas são de nacionalidade inglesa, o público com maior tradição na visita e contemplação de jardins.

Do espectro de jardins localizados no continente, destacam-se o Jardim de Serralves (Porto) onde a vertente turística está bem presente e desenvolvida, com visitantes anuais na ordem dos 100 mil (Fundação Serralves, 2009), números em muito influenciados pela presença do Museu de Arte Contemporânea que, no espaço, funciona como atração âncora, e o Jardim Botânico de Coimbra, onde é a vertente educativa a que sobressai, alcançando mais de 11 mil visitantes escolares (visitas guiadas) em 2010. A estes números relacionados com visitas marcadas e pagas, acresce um número considerável de visitantes que todos os dias visitam o jardim que não pagam bilhete e por isso dificultam a sua contabilização (Tavares, 2011).

Em termos de bons exemplos de utilização dos jardins para fins turísticos refere-se ainda o Palácio Marquês de Fronteira (Lisboa) que realiza igualmente visitas guiadas sob diversos temas, exposições, conferências e espetáculos de arte ultrapassando os 8 mil visitantes pagos em 2010 (PMF, 2011).

5. MUDANÇAS E OPORTUNIDADES PARA UM NICHOS DE TURISMO – NOTAS FINAIS

O turismo de jardins em Portugal (Continental) é ainda praticamente desconhecido, principalmente pelo público doméstico, ditado pela falta de investigação neste setor, e por isso subaproveitado nas suas potencialidades por parte tanto dos seus proprietários, como dos promotores e agentes turísticos, que não otimizam todas as vantagens competitivas deste pequeno segmento, e que concomitantemente se perpetua na sua própria degradação e

abandono, onde a falta de uma inventariação completa deste tipo de património por parte das autoridades competentes concorre para o agravar destes efeitos (Estadão, 2006).

Embora os jardins se comecem a desenhar como um nicho turístico até porque a oferta (ou uma parte dela) está organizada (APJSH) e tem objetivos próprios bem definidos, é na Madeira que tem adquirido alguma visibilidade graças à qualidade paisagística e à grande riqueza florística, com mais de meio milhão de visitantes com entradas pagas (maioritariamente turistas pois as entradas gratuitas referem-se a estudantes e utentes de instituições de solidariedade social), sobretudo estrangeiros, e numa tendência crescente.

Face à oferta de jardins, nomeadamente históricos, e com coleções florísticas bastante ricas de que o país dispõe, e ao facto de constituir ainda um segmento pouco explorado, o turismo de jardins goza assim de uma enorme margem de progressão e desenvolvimento. Tendo por base o estudo realizado na Madeira por Quintal (2009) constata-se que a visita a jardins se trata de um produto com capacidade de atração de milhares de turistas com repercussões e efeitos diretos, indiretos e induzidos na economia local e regional, podendo constituir um importante elemento na construção da imagem dos lugares e constituir-se como importante fator de desenvolvimento local/regional.

Neste sentido, enquanto artefactos de um tipo particular de paisagem cultural (Kimber, 2004) com características multidimensionais, que mudam com o tempo mas que o transcendem, urge não só o seu conhecimento mais profundo mas também a sua divulgação ao público em geral, e aos turistas em particular, que têm nestes espaços cenários e atmosferas únicas capazes de despertar sensações várias e experiências recreativas e lúdicas ímpares e originais, diferentes do trivial, o que corresponde, no fundo, ao que o atual turista procura numa “experiência turística”.

Referências Bibliográficas:

- Australian Bureau of Statistics (ABS) (2001): “Botanic Gardens”. Australian Bureau of Statistics, Commonwealth of Australia.
- Australian Bureau of Statistics (ABS) (2007): “Attendance at Selected Cultural Venues and Events, 2005-06”. Australian Bureau of Statistics, Commonwealth of Australia.
- Andrade, I. E.-J. (2008): “Construção e desconstrução do conceito de jardim histórico”. In *Risco*, 8 (2), pp. 138-144.
- Andrade, P. (2008): “A sociologia cultural - artística dos jardins”. In: Franco, J. E. e Gomes, A. C. C. (Coord.), *Jardins do Mundo – discursos e prática*. Funchal. Gradiva, pp. 481-487.
- Arama-Carrel, S. (2006): “Les jardins, un marche en floraison”. Faena Études Marketing.
- Assunção, P. (2008): “Jardins, A Arquitectura e Turismo”. In: Franco, J. E. e Gomes, A. C. C. (Coord.), *Jardins do Mundo – discursos e prática*. Gradiva, Funchal, pp. 309-322.
- Ballantyne, R.; Packer, J. e Hughes, K. (2008): “Environmental awareness, interests and motives of botanic gardens visitors: implications for interpretative practice”. In *Tourism Management*, 29, pp. 429-444.
- Barros, J. C. (2004): “A Projecção do Quotidiano no Turismo e no Lazer”. Instituto Superior da Ciências Sociais e Políticas, Lisboa.
- Benfield, R. W. (2009): “Garden Tourism”. Butterworth Heinemann- Elsevier (out of print), London.
- Berg, A. ; Winsum-Westra, M.; Vries, S, e Dillen, S. (2010) : “Allotment gardening and health : a comparative survey among allotment gardeners and their neighbors without an allotment”. In *Environmental Health*, 9:74, 12 pp.
- Botanic Gardens Conservation International (BGCI) (2010): “Annual Report 2009”. Botanic Gardens Conservation International.

- Bhatti, M. e Church, A. (2000): "I never promised you a rose garden': gender, leisure and home-making". In *Leisure Studies*, 19 (3), pp. 183-197.
- Blandigneres, M. e Racine, M. (2002): "Le tourisme de jardins en France: panorama de l'offre". Cahiers de l'AFIT, Paris.
- Castel-Branco, C. *et al.* (2002): "Jardins Históricos, Poesia atrás dos Muros". Coleção Símbolos e Testemunhos Portugueses. Edições Inapa, Lisboa.
- Cavaco, C. e Simões, J. M. (2009): "Turismos de nicho : uma introdução". In: Simões, J. M. e Ferreira, C. C. (Eds), *Turismos de nicho: motivações, produtos, territórios*. Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa. Lisboa, pp. 15-39.
- Chaudhry, P., Tewari, V. (2010): "Role of public parks/gardens in attracting domestic tourists: an example from city beautiful of India". In *Tourismos*, 5 (1), pp. 101-109.
- Connell, J. (2004): "The Purest of Human Pleasures: the Characteristics and Motivations of Garden Visitors in Great Britain". In *Tourism Management*, 24, pp. 229-247.
- Connell, J. e Meyer, D. (2004): "Modelling the Visitor Experience in gardens of Great Britain". In *Current Issues in Tourism*, 7 (3), pp. 183-216.
- Connell, J. (2005): "Managing Gardens for Visitors in Great Britain: a Story of Continuity and Change". In *Tourism Management*, 26 (2), pp. 185-201.
- Christchurch Government (2007): "Christchurch Botanic Gardens Management Plan". Christchurch Government.
- Deladerrière, B. (2004): "Le tourisme de jardins, quels enjeux? ". In *Revue Parcs & Jardins*, 24/11, pp. 10-12.
- Die Garten (2007): "Garden Tourism" as an international trend: background and facts". Die Garten, Niederosterreichs, St. Polten.
- Dodd, J. e Jones, C. (2010): "Redefining the Role of Botanic Gardens - Towards a New Social Purpose". Research Center for Museums and Galleries, University of Leicester e BGCI.
- Doolittle, W. (2004): "Gardens are us, we are nature: Transcending antiquity and modernity". In *The Geographical Review*, 94 (3), pp. 391-404.
- Estadão, L. (2006): "Políticas de Inventário de Jardins Históricos em Portugal". In *Congresso 30 anos APAP: A paisagem da Democracia*. Edição APAP, Lisboa.
- Evans, M. (2001): "Gardens tourism - is the market really blooming?". In *Insights*, 12 (4), pp.153-159.
- Fáilte Ireland (2008): "Gardens 2007". Fáilte Ireland – National Tourism Development Authority, Ireland.
- Fernandes, J. (2011) "Territórios turísticos, paisagens e memórias do holocausto – caso particular do campo prisional e do gueto de Theresienstadt, na actual República Checa". In *Actas do 5º Congreso Internacional Virtual Turismo y Desarrollo*. EUMED, Universidad de Málaga (edição online).
- Fonseca, M. A. (2005): "Espaço, políticas de turismo e competitividade". EDUFRN, Natal.
- Fox, D. (2006): "The influence of social and material agents on garden visiting in England". In *Progressing Tourism Research*, 30-31 March, University of Exter.
- Fox, D. (2007): "Understanding garden visitors: the affordances of a leisure environment". PhD Thesis, Bournemouth University, Department of Philosophy, Poole, UK.
- Francis, M. e Hester R. T. (1990): "The meaning of gardens". MIT Press, Cambridge.
- Fundação Serralves (2009): "Relatório de 2009". Fundação de Serralves, Porto.
- Glover, T. e Parry, D. (2005): "Building relationships, accessing resources: mobilizing social capital in community garden contexts". In *Journal of Leisure Research*, 37 (4), pp. 450-474.
- Gnoth, J. (1997): "Tourism motivation and expectation formation". In *Annals of Tourism Research*, 24 (2), pp. 283-304.
- Gorman, C. (2010): "Garden Tourism in Ireland: An Exploration of Product Group Co-operation, Links and Relationships". Unpublished PhD Thesis. Department of Geography, Trinity College Dublin.
- Goossens, C. (2000): "Tourism information and pleasure motivation". In *Annals of Tourism Research*, 27 (2), pp. 301-321.
- Hall, C. M. e Page, S. J. (2006): "Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space". Routledge, London.
- Holbrook, A. (2009): "The green we need. An investigation of the benefits of green life and green spaces for urban-dwellers' physical, mental and social health". Centre for the Study of Research Training an Impact, Faculty of Education & Arts, University of Newcastle, Austrália.

- ICOMOS (1982): "Historic Gardens – The Florence Charter 1981". International Council on Monuments and Sites, Paris.
- Jardim Botânico da Madeira (2012): "Relatórios anuais das entradas". Jardim Botânico da Madeira, Madeira.
- Kimber, C. T. (2004): "Gardens and Dwelling: People in Vernacular Gardens". In *The Geographical Review*, 94 (3), pp. 263-283.
- Ministère de la Culture et de la Communication (MCC) (2012): "Historique de l'événement". Disponível em www.rendezvousauxjardins.culture.fr. Consultado a 02/06/2012.
- Müller, D. (2011): "Phänomen "Gartentourismus". ein theoretischer Bezugsrahmen". In *Kultur als touristischer Standortfaktor. Potenziale – Nutzung – Management*. Paderborn, pp. 101-113.
- Netto, A. P. e Gaeta, C. (2011): "Turismo de experiência". Editora Senac, São Paulo.
- Nighat, S.; Aslam, S. K.; Akhtar, N.; Kousar, A.; Safdar, A.; Rasheed, S. e Saddique, S. (2005): "Valuation of green spaces in social life: a focus on parks and gardens". In *Journal of Agriculture & Social Sciences*, 1 (2), pp. 176-177.
- NYS, P. (1999): "Le jardin exploré. Une herméneutique du lieu". Volume 1, Les éditions de l'imprimeur, Collection Jardins et Paysages.
- Palácio Marquês da Fronteira (2011): "Relatórios anuais". Palácio Marquês da Fronteira, Lisboa.
- Quintal, R. (2009): "A importância dos jardins como nicho turístico na Madeira". In: Simões, J. M. e Ferreira, C. C. (Eds), *Turismos de nicho: motivações, produtos, território*. Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa. Lisboa, pp.71-93.
- Segall, B. (1999): "Gardens of Spain and Portugal – a touring guide to over 100 of the best gardens". Mitchell Beazley, London.
- Sharpley, R. (2007): "Flagship attractions and sustainable rural tourism development: the case of the Alnwick Garden, England". In *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (2), pp. 125-143.
- Simões, J. M. e Ferreira, C. C. (2009): "Nota de Abertura". In: Simões, J. M. e Ferreira, C. C. (Eds), *Turismos de nicho: motivações, produtos, territórios*. Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa. Lisboa, pp.8-7.
- Tavares, A. C. (2011): "Relatório de Atividades do Jardim Botânico da Universidade de Coimbra 2010". Departamento de Ciências da Vida – FCTUC, Coimbra.
- Thomas, R. P.; Porteous G. e Simmons D.G. (1994): "Garden Tourism and its Potential Organization in Canterbury". In *Occasional Paper No. 10*, Department of Parks, Recreation and Tourism, Canterbury: Lincoln University.
- Tipples, R. e Gibbons, P. (1990): "Garden Visiting – Twentieth Century Local Tourism in Canterbury". Unpublished draft, Department of Horticulture, Canterbury: Lincoln University.
- UNESCO (2011): World Heritage List. Unesco, Paris.
- Uriely, N. (2005): "The Tourist Experience. Conceptual Developments". In *Annals of Tourism Research*, 32 (1), pp. 199–216.
- Wilson, M. (2009): "Climate change and garden tourism". In *Tourism Insights – Sharing sector expertise, analysis and intelligence*, 18 (7).
- VisitEngland (2011): "Visitor Attractions Trends in England 2010 - Annual Report", BDRC Continental, England, 125 pp.

ENDEREÇOS ELETRÓNICOS:

- Associação Portuguesa dos Jardins e Sítios Históricos. Disponível em: www.apjsh.pt. Consultado em 24/01/12.
- Australian Bureau of Statistics. Disponível em: www.abs.gov.au. Consultado em 30/06/11.
- Botanic Gardens Conservation International. Disponível em: www.bgci.org. Consultado em 02/07/11.
- Comité des Parcs et Jardins de France: Disponível em: www.parcsetjardins.fr. Consultado em 30/06/11.
- Fáilte Ireland. Disponível em: www.failteireland.ie. Consultado em 30/06/11.
- Fundações Casas de Fronteira e Alorna. Disponível em: www.fronteira-alorna.pt. Consultado em 30/06/11.
- Insights. Disponível em: www.insights.org.uk. Consultado em 12/04/11.

International Council on Monuments and Sites. Disponível em: www.icomos.org. Consultado em 12/04/11.

Jardim de Giverny. Disponível em: www.giverny.org/gardens/. Consultado em 12/04/11.

Palácio e Jardim de Keukenhof. Disponível em: www.keukenhof.nl. Consultado em 09/01/12.

Palácio e Jardins de Versailles. Disponível em: www.chateauversailles.fr/homepage. Consultado em 09/01/12.

Quinta das Lágrimas. Disponível em: www.quintadaslagrimas.pt. Consultado em 09/01/12.

Rendez-vous aux jardins. Disponível em: www.rendezvousauxjardins.culture.fr. Consultado em (02/06/12);

Scotland's Gardens Scheme. Disponível em: www.scotlandsgardens.org/. Consultado em 09/01/12.

Unesco. Disponível em: <http://whc.unesco.org/en/list/>. Consultado em 26/04/11.

Notas:

1 Em Portugal destaca-se a história de Pedro e Inês (século XIV) cujo fim trágico deixou, segundo a lenda, marcas nos jardins da Quinta das Lágrimas e à qual se junta o mito de que o fantasma de Inês ainda percorre o jardim, eternamente em busca de Pedro, que constituem um dos principais argumentos para a visita a este espaço (informação disponibilizada no endereço eletrónico da Quinta das Lágrimas).

2 Embora não seja comparável, pela especificidade do tipo de visita (maioritariamente escolares e com objetivos educativos), é de referir que, no âmbito dos jardins botânicos, o BGCI estima que em todo o mundo as visitas aos mesmos ascenda aos 200 milhões de visitantes (BGCI, 2010).

3 A este respeito refere-se o historiador Sousa Viterbo que elaborou um primeiro inventário, ao qual se seguiram Caldeira Cabral e Ilídio de Araújo na década de 60, Aurora Carapinha (1985) e Hélder Carita e António Cardoso (1990) (Castel-Branco, 2002; Estadão, 2006).

4 A este respeito regista-se que nenhum jardim da Madeira, o conjunto mais expressivo em termos de visitantes, faz parte da APJSH, assim como um outro conjunto alargado de jardins com interesse que ultrapassa a meia centena, referenciados por Segall (1999) no inventário que realizou.