

# **Turismo de Jardins na Madeira: trajetórias de desenvolvimento e perspectivas futuras**

## **Garden Tourism in Madeira: development trajectories and future perspectives**

### **Susana Silva**

Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território,  
Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra  
susana.silva@uc.pt  
<https://orcid.org/0000-0001-5853-9349>

### **Paulo Carvalho**

Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território,  
Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra  
paulo.carvalho@fl.uc.pt  
<https://orcid.org/0000-0002-6920-869X>

### **Luísa Adelino**

luisa\_daniela\_a@hotmail.com  
<https://orcid.org/0009-0002-9147-5556>

Artigo recebido a 30 de abril de 2023 e aprovado a 24 de maio de 2023

## **Resumo**

A visita a jardins tem conhecido um elevado crescimento a nível mundial. No caso de Portugal, a ilha da Madeira assume lugar de destaque. Este trabalho pretende analisar a trajetória do turismo de jardins na ilha da Madeira, em particular a importância dos jardins enquanto elementos identificadores e fatores de atração do destino, a dimensão da procura nos três principais jardins pagos na ilha e a sua evolução na última década, para além das estratégias implementadas e dos constrangimentos que permanecem. Enquadrado numa reflexão teórica integradora dos temas, para este estudo foram ainda analisados dados estatísticos provenientes de diversas fontes, bem como documentação, e foi realizado trabalho de campo através de observação participante. A procura por jardins na Madeira tem aumentado, embora não com a expressividade que já se verificou outrora; o Jardim Botânico, o Tropical Monte Palace e o Palheiro Ferreiro continuam a assumir-se como atrações âncora, porém apresentam trajetórias diferenciadas. Não obstante os resultados obtidos na última década, o turismo de jardins da Madeira carece de uma visão estratégica e integradora dos seus múltiplos atores e interesses.

**Palavras-chave:** paisagem, turismo de jardins, trajetórias, Madeira.

## **Abstract**

The visit to gardens has known a high growth worldwide. In the case of Portugal, the island of Madeira assumes a prominent place. This paper aims to analyze the history of garden tourism on the island of Madeira, particularly the importance of gardens as identifying elements and factors of attraction of the destination, the size of demand in the three main paid gardens on the island and its evolution in the last decade, in addition to the strategies implemented and the constraints that remain. Framed in an integrative theoretical reflection of the themes, for this research statistical data from various sources and documentation were analyzed, and field work was carried out by participant observation. The demand for gardens in Madeira has increased, although not with the expressiveness that was once seen; the botanical garden, the Tropical Monte Palace and the Palheiro Ferreiro continue to assume themselves as anchor attractions, but present different trajectories. Despite the results obtained in the last decade, Madeira's garden tourism lacks a strategic and integrative vision of its multiple actors and interests.

**Keywords:** landscape, garden tourism, trajectories, Madeira.

## 1. Introdução

O vínculo entre turismo e jardins não é novo nem recente, mas tem-se reforçado, sobretudo nas últimas duas décadas. Por todo o mundo verifica-se um interesse crescente pelos jardins, estimulado não só pela quantidade e diversidade de jardins existentes, mas, de igual modo, pelo contínuo surgimento de novos espaços ou pelas iniciativas por estes promovidas, aos quais acrescem as necessidades da sociedade em termos de contacto e contemplação da natureza, de sossego e tranquilidade, de prática de atividades ao ar livre, ou de aquisição de conhecimento nos planos cultural, histórico ou botânico. O resultado traduz-se num número cada vez maior de visitantes e em importantes impactes económicos associados. Por esta ordem de razões, Benfield (2021), considerando que o turismo de jardins constitui uma das mais dinâmicas áreas do turismo, estima que a dimensão deste segmento possa rondar os 1000 milhões de visitantes por ano. O turismo de jardins, em termos genéricos, é entendido como uma atividade que engloba a visita a jardins, no entanto é mais abrangente e inclui também a visita a lugares relacionados com jardinagem, festivais e eventos de jardins, flores ou jardinagem (Silva, 2020). No âmbito deste artigo considera-se apenas a vertente da visita a jardins.

Portugal, e mais concretamente a Madeira, tem-se posicionado também na rota deste interesse global, suportado pela quantidade e variedade dos seus jardins, os quais têm integrado uma oferta consubstanciada em diversos pacotes turísticos, *tours* e itinerários de operadores nacionais e internacionais (Silva, 2020). A ilha da Madeira tem sido consecutivamente reconhecida como Melhor Destino Insular do Mundo e também da Europa, entre outras distinções mais específicas (WTA, 2022), em muito justificadas pela exuberância da sua paisagem e que outrora valeu ao Funchal a distinção de “Cidade Florida Europeia de 2000”. A paisagem no geral, a flora e os jardins em particular, assumem-se historicamente como elementos identificadores e distintivos do destino Madeira, contribuindo, de igual modo, para a consolidação do mesmo. E, ciente da relevância destes espaços na divulgação da ilha, o Governo Regional organiza diversas iniciativas para sensibilizar e envolver a população na construção de um cartaz turístico alicerçado na manutenção, valorização e expansão de espaços verdes, mormente os de carácter

privado. A realização do concurso anual “Funchal - Cidade Florida”, já com 23 edições, é um desses exemplos que, admite o executivo, “tem contribuído e reforçado a imagem do Funchal enquanto “Cidade Jardim” (CMF, 2023), assim como a construção de novos jardins, nomeadamente o jardim Almirante Reis, o jardim Panorâmico e o da Ajuda ou o jardim das Madalenas.

Há mais de uma década, Quintal (2009) avaliou e discutiu a importância da visita aos jardins como nicho turístico na Madeira, apresentando a dimensão quantitativa e evolutiva da visita assim como a comparação entre as entradas em três jardins e a relação destas com o número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros, não se furtando a apontar os principais constrangimentos e desafios para o turismo de jardins na ilha.

Neste quadro, partindo de uma reflexão teórica sobre o vínculo entre paisagem, jardins e turismo e de uma leitura histórica sobre o surgimento e atratividade das quintas e jardins da Madeira a partir da literatura científica, este artigo pretende aprofundar o conhecimento sobre a trajetória do turismo de jardins neste território, analisando o património de quintas e jardins existente na ilha, os seus motivos de interesse e a evolução recente da procura, materializada na exploração da visita de um conjunto de casos. Faz também parte dos propósitos deste estudo atualizar a avaliação realizada por Quintal (2009) quanto ao desenvolvimento deste segmento turístico na ilha na última década, as estratégias implementadas e os constrangimentos que permanecem na atualidade, através de uma análise SWOT.

Para o cumprimento destes objetivos acrescenta-se o trabalho de campo realizado através de observação participante, que incluiu reconhecimento do território e do seu património, visita a mais de 20 jardins, participação em visitas guiadas, conversas informais com diferentes agentes e recolha de diversa documentação (mapas, *flyers*, por exemplo), procedendo-se ao registo de dados através da elaboração de notas de campo e de registos fotográficos.

## 2. Paisagem, jardins e turismo

As condições geográficas desempenham um papel de primeiro plano, não raras vezes determinante, na atração turística de um lugar. No

conjunto de fatores naturais a considerar, ganham amplo destaque as paisagens (Lozato-Giotart, 1993). Na perspectiva de Cruz (2002, citada em Marujo & Santos, 2012, p. 3), “a paisagem é uma das primeiras exigências do contacto do turista com o lugar visitado”, colocando-se, por isso, no centro da atratividade turística dos lugares. A paisagem constitui, assim, um recurso imprescindível para o desenvolvimento da atividade turística para além de um elemento central do marketing territorial e na captação de turistas (Marujo & Santos, 2012).

A paisagem é constituída pelos aspetos perceptíveis do espaço geográfico suscetíveis à análise do observador e à consequente atribuição de significado e valor. Como tal, faz sentido recuperar a definição de Pitte (1983, citado por Lozato-Giotart, 1993, p. 43) que defende que “a paisagem é uma realidade cultural porque não é apenas fruto do trabalho humano, mas também objeto de observação, e mesmo de consumo”, enfatizando o papel da cultura como filtro que é variável de um indivíduo para outro ou de um grupo social para outro.

As paisagens constituem realidades ancoradas numa longa história de interações complexas entre as sociedades e o meio natural (Carvalho, 2021), fornecendo informações acerca dessas relações no decorrer do tempo (Aguiar, 2007). Deste modo, são compostas por componentes naturais e culturais que não podem ser separadas, resultando numa ampla variedade de manifestações. Uma dessas manifestações são os jardins que, de acordo com a classificação da UNESCO, integram a categoria de paisagens desenhadas e criadas intencionalmente pelo ser humano (UNESCO, 2021). As paisagens são valorizadas pelo seu carácter único, proporcionando sentimentos de apego, pertença e inspiração fazendo parte da identidade coletiva. Neste quadro, os jardins, enquanto documentos histórico-culturais, encerram valores de memória, de identidade, de pertença e de leitura dos territórios e das sociedades, assumindo um papel fundamental na preservação da memória cultural e da identidade coletiva de uma sociedade (Silva, 2020), porque são o testemunho de uma cultura, de um estilo, de uma época e, frequentemente, da originalidade de um artista criador (ICOMOS, 1982).

Os jardins sempre foram mais do que um mero apêndice da arquitetura, tendo adquirido relevância enquanto núcleos de paisagem modificados e conformados para serem objeto de apreciação

(Albergaria, 2017), condição que a própria Carta de Florença assume fazer parte da sua essência quando refere que um jardim histórico foi projetado para ser visto e percorrido, constituindo, portanto, lugar de fruição adequado à meditação ou ao repouso (ICOMOS, 1982).

A ligação dos jardins ao turismo tem as suas raízes na abertura das principais propriedades inglesas com vastos e artísticos jardins, atividade praticada nos círculos das classes altas, e no âmbito do *Grand Tour* (Connell, 2002), que assume uma participação em larga escala na época vitoriana (Connell, 2004). Porém, é no início do século XX, com os *garden tours* e as *garden visits* em Inglaterra e os primeiros *Federal Garden Shows* na Alemanha, que se estabelece como atividade turística organizada e comercial (Thomas et al., 1994), constituindo, hoje, uma das principais atividades recreativas não só do Reino Unido, mas a nível mundial (Benfield, 2021).

Benfield (2021) acredita que atualmente serão mais de 1000 milhões os visitantes de jardins em todo o mundo, identificando o turismo de jardins como o segmento do setor do turismo que mais cresce (7% ao ano) e, por inerência, uma das mais importantes e maiores áreas de lazer ao ar livre. Esta dinâmica reflete não só a quantidade e diversidade de jardins existentes, como também a emergência de novos espaços, de novas estratégias e iniciativas desenvolvidas pelos jardins, e ainda o crescente interesse demonstrado pela sociedade.

### 3. O turismo de jardins na Madeira - da dimensão histórica às tendências atuais

#### 3.1. Jardim do Atlântico - o património de quintas, parques e jardins

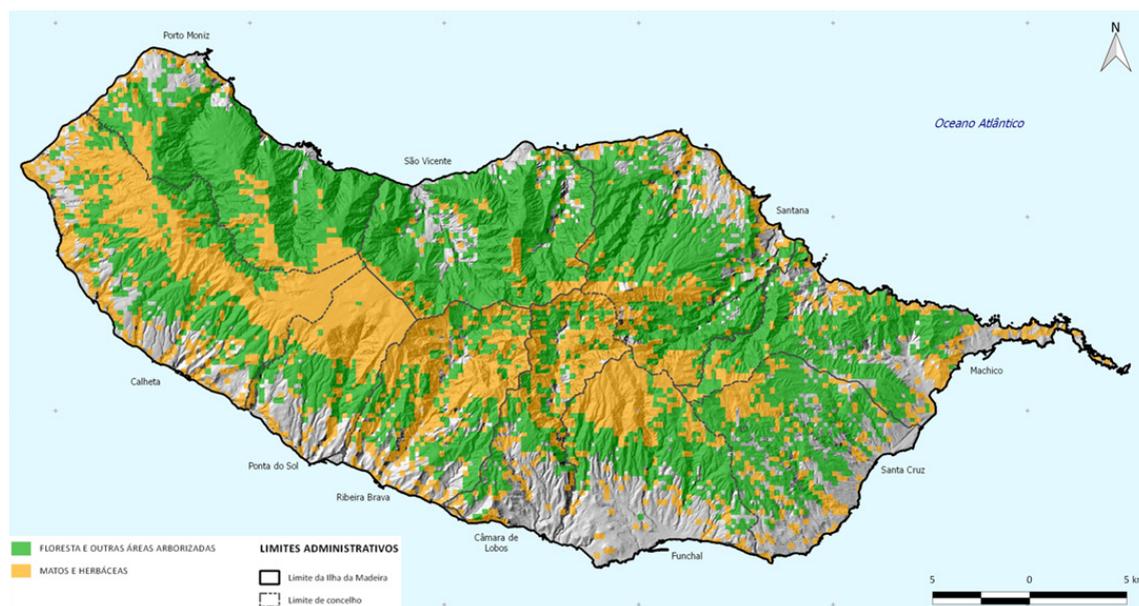
A incorporação da paisagem na construção da imagem e identidade da Madeira como Ilha Jardim surgiu com os primeiros navegadores portugueses no século XV (Vieira, 2008a), remetendo para a origem da própria denominação da ilha - a existência de grandes árvores. Alvise Cadamosto, mercador e navegador, já por esta altura se referia à ilha como “ela é toda um jardim” (Vieira, 2008b). Comparada às lendárias Ilhas Afortunadas, a riqueza e diversidade da flora facilitou a concetualização da ilha como um grande jardim, levando Pitta (1812, p. 59) a mencionar que a “*Madeira, [...] might justly be termed the*

*Garden of the world*". Esta imagem foi sendo perpetuada ao longo do tempo através da literatura, tendo recebido múltiplos epítetos, nomeadamente "Flor do Oceano", "Flor das Águas", "Ninfa Florida", "Ilha das Flores", "Flor dos Mares", "Orquídea do Atlântico", "Pérola do Atlântico" ou "Recanto do Paraíso" (Franco, 2008; Vieira, 2008b), constituindo-se como excelente veículo propagandístico (Marujo, 2013).

A riqueza florística da ilha da Madeira resulta da conjugação de fatores ecológicos e históricos (Quintal, 2009). Por um lado, o clima, ou mais concretamente a grande variedade de microclimas, os solos ricos e a disponibilidade hídrica que criam condições ao desenvolvimento e manutenção de uma grande diversidade florística e de comunidades de espécies nativas dominantes (ex.: Laurissilva que ocupa cerca de 20% do território), garantindo, desta forma, uma paisagem exuberante (IFCNa, 2022; Quintal, 2009). A este respeito, importa mencionar que os solos rurais, designadamente a ocupação agrícola, florestal e agroflorestal, correspondem a cerca de 90% deste território insular, com amplo destaque para a superfície florestal e outras zonas arborizadas, que representam cerca de metade (SRARN/DRFCN, 2015) (Figura 1).

Por outro lado, o aparecimento das denominadas "Quintas" a partir do século XVII, com maior expressão nos séculos XVIII e XIX, na sequência da instalação

de comunidades estrangeiras envolvidas no negócio do vinho da Madeira e de outros produtos locais. Os ingleses, em maioria, adquiriram grandes propriedades, principalmente na encosta do Funchal, que apresentava condições mais próximas às existentes em Inglaterra, para aí construírem as "Quintas", as suas casas de férias, caracterizadas pelos amplos espaços ajardinados ornamentados com espécies exóticas e flora madeirense e nos quais eram, de igual modo, aclimatadas plantas das ilhas britânicas (Quintal, 2009). Esta comunidade teve um papel determinante na difusão do gosto e de uma prática ligados à horticultura ornamental, traço identitário da cultura britânica, mormente das classes dominantes, e fator de reforço da coesão de grupo (Albergaria, 2017). Também os madeirenses abastados acompanharam os ingleses na escolha dos sítios para construir as suas quintas recreativas, pelo que as quintas, parques e jardins foram proliferando (Quintal, 2009), marcando definitivamente a paisagem urbana, em particular a do Funchal (Matos, 2016; Matos, 2022). Matos (2016) identificou cerca de 160 unidades datadas entre o início do século XIX e a primeira Guerra Mundial. Pessoa (1969), em meados do século passado, ao evocar o Funchal como cidade-jardim, atestava a monumentalidade de muitas destas quintas, assim como a sua indispensabilidade na história, cultura e estrutura da cidade. Contudo, grande parte destes espaços são de carácter privado,



**Figura 1**  
Espaços Florestais na ilha da Madeira.  
Fonte: Adaptado de SRARN/DRFCN (2015).

vedados ao acesso público, sendo que muitos deles não figuram nos inventários oficiais nem nas listagens dos sites de promoção turística da Madeira. Uma incursão atenta pelo território é capaz de identificar diversos exemplos desta situação.

Torna-se, então, imperativo conhecer a dimensão quantitativa do espólio de jardins na Madeira. A disparidade da informação entre os inventários oficiais é notória. No Inventário do Património Arquitetónico (DGPC, 2022) figuram apenas 13 jardins na categoria *Espaço Verde*. Todavia, uma análise mais pormenorizada revela que existem outros jardins inventariados distribuídos pelas categorias *Edifício e Estrutura e Conjunto Arquitetónico*, inseridos sobretudo nas Quintas. No inventário de Jardins e Paisagens em Portugal, em parceria com o *Institut Européen des Jardins et Paysages*, o panorama é semelhante. Somente 15 jardins se encontram no inventário referente à região da Madeira, que inclui sobretudo os de maior notoriedade (IEJP, 2022). A Associação dos Jardins Históricos, por via da criação de rotas turísticas, apresenta a informação mais completa. São 30 os jardins que integram o seu inventário oferecendo uma perspectiva mais aproximada da realidade quanto à quantidade de jardins presente na Madeira formatados como atrações turísticas, embora inclua também jardins que não estão disponíveis ao público (AJH, 2022). Estes dois últimos inventários não consideram vários jardins

que são visitáveis enquanto incluem jardins não visitáveis, verificando-se um desajustamento da informação face à realidade.

A pesquisa alargada a determinados sites de promoção turística da ilha, para além dos mais reconhecidos e integrantes das listas anteriores, revela ainda um conjunto de outros espaços que são considerados emblemáticos para a visita, mas que não integram qualquer inventário oficial. No cruzamento dos dados das diferentes fontes recolheram-se cerca de 70 referências a jardins e parques. A grande maioria está localizada a sul, no município do Funchal (76%), na ampla encosta, em particular nas freguesias de São Martinho (23%), São Pedro e Sé (ambas com 10% do total), como ilustra a Figura 2.

Já nas freguesias de grande concentração histórica de quintas, a presença de jardins inventariados e abertos ao público é residual ou diminuta, como acontece no Monte (4%), concluindo-se que grande parte permanece privada, com acesso vedado ao público, não constando dos inventários ou sites de promoção. Tal como referido, existirão muito mais jardins, principalmente urbanos. Porém, para esta discussão, são considerados os jardins que, pelas suas características, figuram como atrações turísticas. De acordo com os dados das diferentes fontes, neste conjunto a maior parte dos espaços (60%) é do domínio público, correspondendo a jardins urbanos ou jardins municipais, algumas quintas e o jardim botânico, de

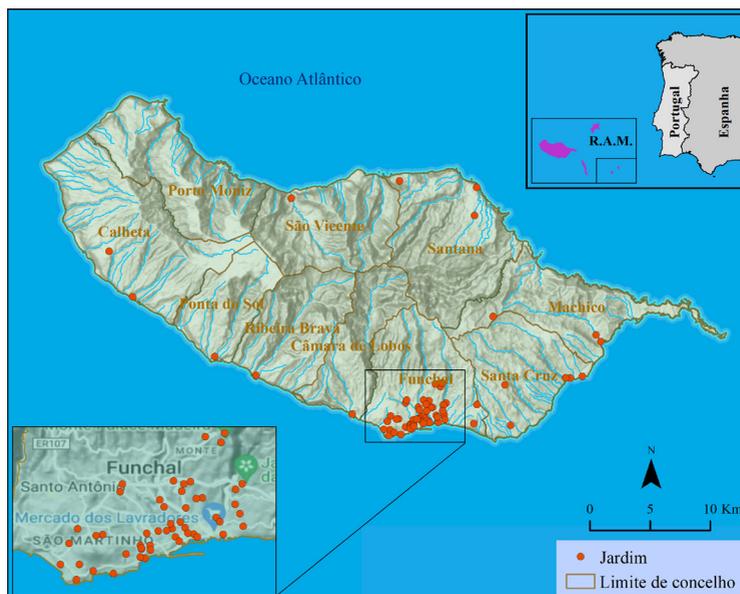


Figura 2  
Jardins e Parques da Madeira.  
Fonte: Elaboração própria.

propriedade dos municípios, do Governo Regional ou de entidades públicas regionais. Cerca de 40% são propriedade privada, englobando quase na totalidade jardins das referidas quintas, muitas delas transformadas em unidades de alojamento turístico.

Neste grupo, apesar de serem considerados atrações turísticas e de figurarem em diversas listas de locais a visitar na Madeira, encontram-se jardins que, por ora, não são visitáveis. São cerca de 14% os espaços que não estão abertos ao público por via dos danos causados pelos incêndios de 2016, de obras de requalificação ou por opção dos proprietários, mas, que ainda assim, permanecem nas montras promocionais como locais a visitar.

### 3.2. A paisagem, os jardins e a flora como fatores históricos de identidade e atração turística

O clima e a paisagem luxuriante da Madeira constituíram desde sempre o suporte da atividade turística na ilha (Marujo, 2013). O florescimento do turismo neste território deveu-se às suas qualidades terapêuticas naturais, proporcionadas pelo clima ameno, que atraíram a aristocracia europeia tornando-se, no decorrer do século XIX, num destino privilegiado de turismo terapêutico, assumindo-se como *winter health resort* (Rodrigues, 2019). A partir do século XVIII começam a ser recomendadas pela classe médica estadas terapêuticas e as quintas passam a receber viajantes em busca da “cura dos ares” da ilha, que era divulgada nos guias médicos internacionais do século XIX, funcionando, desta feita, como um meio de promoção turística deste território (Silva, 1985). Paralelamente, o património natural da ilha despertava a curiosidade de cientistas, cuja estada lhes era facilitada por conterrâneos que aí residiam (Rodrigues, 2019; Vieira, 2008a). Entre os séculos XVII a XIX destacavam-se os ingleses, os franceses e os alemães, a maioria botânicos, que se deslocavam à ilha por motivos profissionais/científicos (Vieira, 2010).

No século XIX, com o aumento do movimento de passageiros no porto do Funchal, a beleza da ilha começa a ser difundida, em particular os seus jardins que desde cedo despertaram a atenção dos visitantes (Vieira, 2008a). A comunidade inglesa teve um papel fundamental nessa divulgação através da abertura das suas quintas à visita de um público selecionado, a que se juntaram também jardins de proprietários nacionais, como o jardim do Palheiro Ferreiro

(Albergaria, 2017). Por esta altura, a Madeira vai perdendo a conotação de estância terapêutica e assume-se como ilha de férias (Câmara, 2002). Diversos textos literários enalteciam os jardins da Madeira e os espécimes florísticos notáveis, que passam também a ser noticiados em guias de viagem e revistas da especialidade, para além de lhe serem consagradas algumas obras (Albergaria, 2017; Quintal, 2009).

Os jardins da Madeira continuam a marcar presença em publicações de referência. E, de igual modo, em listas de lugares a visitar, nos sites de promoção turística e nos pacotes turísticos nacionais e internacionais (Silva, 2020). A qualidade dos seus jardins foi reconhecida com a atribuição do galardão “Cidades e Vilas Floridas da Europa - 2000” (Figura 3), e no livro *The Gardener’s Garden* de Madison Cox, no qual o Palheiro Ferreiro consta como um dos 250 jardins mais notáveis do Mundo (Figura 4).

A relevância dos jardins como fator de identidade da ilha é incontornável (Albergaria, 2017). Da mesma forma que, e por inerência, o são enquanto fatores de atração turística. No estudo desenvolvido por Marujo (2013), a autora conclui que a exuberância da paisagem, quer natural quer cultural, constitui um dos maiores atrativos turísticos da Madeira. Neste caso, a paisagem constitui um recurso de grande valor na consolidação da oferta turística da ilha para além de ser o principal elemento atrativo promotor deste território enquanto destino turístico.

A abundância de jardins, parques e flores representa, em grande parte, essa exuberância, constituindo, desta forma, locais e motivos de atração turística e assumindo-se como uma das grandes imagens de marca deste território (Franco, 2008). A este respeito, um estudo realizado sobre a imagem da Madeira, enquanto destino turístico junto de turistas alemães e ingleses (GConsulting, 2005), concluiu, entre outros aspetos, que o jardim botânico da Madeira é o local turístico sobre o qual há um maior conhecimento antecipado, seguindo-se, embora a ampla distância, os carros de cesto no Monte e a Laurissilva. De igual modo, as flores e plantas foram identificadas como o principal elemento característico associado à ilha (cerca de 80%) e a Festa da Flor surge em 7.º lugar. Na mesma linha, os turistas nacionais destacam a beleza, o clima, as flores/jardins e a natureza como os principais elementos que surgem no *top of mind* quando pensam na Madeira, assim como as flores e jardins foram identi-



Figuras 3 e 4

Galardão no jardim municipal do Funchal e vista sobre recanto no jardim do Palheiro Ferreiro.  
Fonte: Autores (2022).

ficados como o principal aspeto positivo e a principal atividade turística associada à ilha (Deloitte, 2006). A natureza/paisagem é reconhecida como uma das principais razões subjacentes à opção pela Madeira, assim como constitui um dos atributos que tornam a marca Madeira conhecida, no âmbito do qual surgem referências às flores, paisagem, flora, plantas, vegetação, jardins, entre outras (ECAM, 2010). Sousa (2014) apurou ainda que a visita a jardins é a segunda atividade na natureza mais praticada no Funchal, suplantada apenas pelas levadas e veredas. Desta forma, verifica-se que os recursos que aliciavam os visitantes para a Madeira no passado são os que continuam a atrair os turistas para a ilha no século XXI.

### 3.3. Visita a jardins - factos e números em análise

Estima-se que os jardins e parques da Madeira recebam largas centenas de milhares de visitantes anuais. A tarefa de avançar com um quantitativo fidedigno do total de visitantes é dificultada pelo facto da grande parte dos jardins ser de natureza pública e de entrada livre e outros, embora de carácter privado, permitirem a entrada de visitantes, não procedendo a qualquer registo dos mesmos, como foi possível verificar na Quinta Magnólia, na Quinta Jardins do Lago, na Quinta da Casa Branca, no Hotel Miramar, no Jardim Village Hotel ou nos jardins do Hotel Savoy. Como tal, qualquer número que possa ser avançado sobre a dinâmica da visita a jardins na Madeira pecará, sempre, por defeito.

Espaços como o parque de Santa Catarina, o jardim da Quinta Vigia, o jardim do Hospício da

Princesa Dona Amélia, os jardins da Avenida do Mar ou do Almirante Reis, e o jardim do Município, por exemplo, estão situados na baixa do Funchal, em locais centrais e estratégicos, ou seja, no epicentro da atração de turistas, ou relativamente perto, assim como do porto marítimo desta cidade onde atracam os navios de cruzeiro. Acresce o facto de poderem ser visitados de forma gratuita, com exceção da Quinta Vigia desde 2016. Este facto fará crer que, indubitavelmente, receberão centenas de milhares de visitantes anuais, considerando ou estabelecendo um paralelo com os milhares de turistas que entram na ilha por via área e marítima, aos quais acresce a natural visitação proveniente dos residentes locais. Note-se que os passageiros desembarcados no aeroporto, antes da pandemia, e considerando o período 2017-2019, superavam os 1,5 milhões anuais, correspondendo a uma média de mais de 130 mil por mês (INE, 2022). No caso do movimento de passageiros de navios de cruzeiro, neste mesmo período, foram registados mais de 500 mil passageiros anuais, resultando numa média mensal de cerca de 50 mil (APRAM, 2022). A este respeito, foi possível constatar *in situ* o volume de passageiros em trânsito que, durante o período da escala, se deslocavam aos jardins localizados próximo do porto, nomeadamente ao parque de Santa Catarina.

Localizado na parte ocidental do Funchal e numa posição sobranceira ao porto, o parque de Santa Catarina desenvolve-se em anfiteatro oferecendo amplas vistas sobre a baía da cidade até à Ponta do Garajau. Este é povoado por uma grande variedade de espécies tropicais e subtropicais numa extensão de terreno generosa. Os vários motivos de



Figuras 5 e 6  
Parque de Santa Catarina e Quinta Vigia no Funchal.  
Fonte: Autores (2022).

atração presentes no espaço e a estrutura de acolhimento diversificada completam o rol de atributos que proporcionam experiências recreativas diversas (Figura 5) e farão deste jardim um dos mais visitados da ilha (se não o mais visitado de todos) e por públicos diferenciados. Junto a este parque situa-se a Quinta Vigia, numa presença mais reservada, que regista uma frequência inferior, mas em crescendo como se constatará. Aqui a entrada é paga, e apesar do valor ser simbólico (1€ em 2022), influencia o tipo de público. Além disso, a área reduzida que é possível vislumbrar do parque, a presença de edifícios apalaçados (onde funciona o Governo Regional) cujo desconhecimento poderá remeter para uma função residencial ou hoteleira, e os altos muros que rodeiam a quinta poderão, de alguma forma, inibir a visita, não obstante o convite ser feito à entrada em vários idiomas (Figura 6).

Pelo contrário, a dinâmica de visitação não se verificou com a mesma expressão no jardim do Hospício da Princesa Dona Am lia (Figura 7), nem no jardim municipal do Funchal (Figura 8), apesar da entrada livre e do facto de estarem bastante próximos dos anteriores. No caso do primeiro, notou-se que era praticamente ignorado pelo vaivém incessante de turistas que aquela rua acolhe diariamente - Avenida do Infante, que permite o acesso a um dos principais setores de hotéis de categoria superior da cidade -, passando-se largas horas sem que recebesse qualquer visitante. Os altos muros estabelecem uma linha de fronteira entre o espaço privado e o público que parece difícil de transpor, para além de não ser compreensível de forma imediata que se trata de um espaço aberto ao público e de livre entrada,

concorrendo para um certo afastamento, sendo por isso relativamente fácil este lugar passar despercebido. Quanto ao jardim municipal, surge como que diluído no espaço urbano que o rodeia sem barreiras físicas de grande relevo, convidativo tanto   mera passagem aprazível como a uma utiliza o recreativa mais demorada, no intervalo entre passeios pedestres, tendo em conta o espetáculo visual proporcionado pela diversidade de flores e a estrutura de acolhimento que oferece (café, loja de *souvenirs*, sanitários, bancos de repouso). No entanto,   perceptível uma visita o turística de menor dura o comparativamente com o consumo recreativo mais local, em supremacia e com maior tempo de permanência.

Todos estes espaços oferecem uma experiência botânica de elevada diversidade em termos fitogeográficos e de qualidade ao nível da informa o disponibilizada, sobretudo em rela o   identifica o das espécies, e da cuidadosa manuten o dos espaços. Sobre estes domínios pendiam preocupa es no passado (Quintal, 2009), mas   not rio terem sido alvo de investimento nos últimos anos.

Dos jardins com entrada paga, o Jardim Botânico da Madeira, o Tropical Monte Palace e o Palheiro Ferreiro continuam a ser os espaços mais visitados, tal como havia vaticinado Quintal (2009) há mais de uma década, apresentando uma procura superior aos demais, porém diferenciada entre si, como demonstra a Figura 9. Em 2019, ano anterior ao surto pand mico, estes três jardins receberam quase 700 mil visitantes, correspondendo a um acréscimo de 17% em rela o ao registado 10 anos antes. Numa década (2009-2019) estes três jardins receberam cerca de 6,5 milhões



Figuras 7 e 8  
Entrada do jardim do Hospício Maria Amélia e jardim Municipal do Funchal.  
Fonte: Autores (2022).

de visitantes, cifra que atinge os 11 milhões se a contabilização recuar ao início do século XXI. A evolução positiva do número de visitantes demonstra a relevância e atratividade destes espaços, interrompida apenas por dois momentos disruptivos, a crise financeira de 2008, que se estende aos anos seguintes, e a pandemia de COVID-19. A partir de junho de 2016 o acesso aos jardins da Quinta Vigia passou a ser feito mediante pagamento, ultrapassando, em 2018, os 32 mil visitantes. Não obstante a quebra em 2020 e 2021, em 2022 este espaço somou quase 23 mil visitantes e, embora ainda longe dos valores registados nos três anos anteriores à pandemia, já evidencia um sinal bastante positivo de recuperação (Figura 9). A manter-se a tendência, pode, a curto/médio prazo, posicionar-se como o 3º jardim pago mais visitado da ilha, beneficiando da localização e do valor reduzido da entrada. Apesar dos jardins não recolherem a informação diferenciada por nacionalidades, com exceção deste último que iniciou essa recolha em 2022, a observação realizada *in situ* permite indicar de forma clara o carácter internacional da visitação, que na Quinta Vigia atinge quase 90%.

O jardim botânico é o jardim e, crê-se, o espaço pago mais visitado na ilha. Durante a última década recebeu mais de 300 mil visitantes anuais, cifra alcançada em 2006 e sobre a qual se foram acrescentando visitantes nos anos seguintes. Com exceção de 2010 e dos dois anos influenciados pelas medidas restritivas à disseminação da pandemia, 2020 e 2021, alcançou o máximo de visitantes em 2017, quando recebeu perto de 380 mil pessoas. Entre 1999 e 2019 o crescimento foi de cerca de 53%,

revelando-se mais modesto (10%) entre 2009 e 2019 (Figura 9).

Aberto de forma sistemática desde início da década de 90, o Tropical Monte Palace regista quantitativos de visitantes inferiores ao botânico, ainda assim, acima dos 200 mil desde 2007, salvo as exceções já anteriormente referidas, verificando-se uma notória consolidação do seu crescimento, sendo particularmente expressivo (+238%) nas últimas duas décadas e mais moderado (+34%), embora relevante, entre 2009 e 2019. Nos dois anos anteriores à eclosão da pandemia, o número de visitantes estava muito perto de atingir os 300 mil (Figura 9). Sublinha-se que o aumento substancial de visitantes verificado no início dos anos 2000 nestes dois jardins está relacionado com a nova acessibilidade criada pelo teleférico, assim como com o aumento do número de turistas que passaram a visitar a Madeira, registando-se, por exemplo, um aumento de cerca de 36% de hóspedes entre 2000 e 2008 (Quintal, 2009).

No caso da Quinta do Palheiro Ferreiro, aberta ao público desde a sua construção, é, dos três exemplos, o que regista uma dimensão de visitação mais reduzida, assinalando-se o máximo em 2000 (mais de 54 mil) e o mínimo em 2010 (cerca de 32 mil), embora na última década o número de visitantes recebidos oscile entre os 30 e os 40 mil, valor ultrapassado somente em 2016 e 2017. Ao contrário dos anteriores, este jardim regista um decréscimo na procura, cerca de 40% entre 2000 e 2019, e 17% entre 2009 e 2019 (Figura 9).

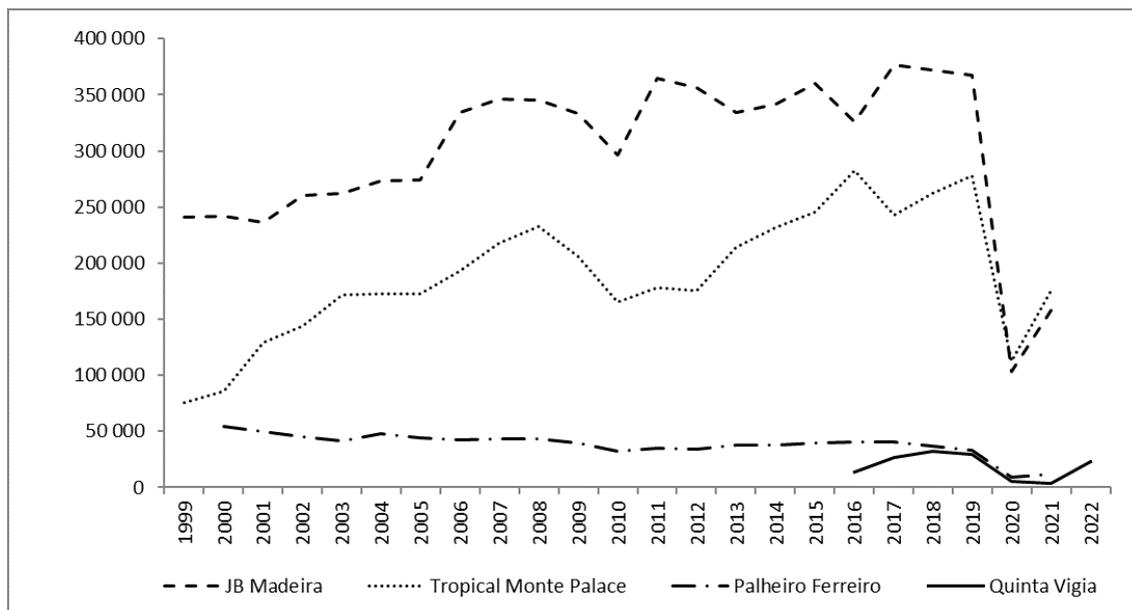


Figura 9

Evolução no número de visitantes do Jardim Botânico, Tropical Monte Palace, Palheiro Ferreiro e Quinta Vigia.

Fonte: Associação Coleções (2022, 2023); Governo Regional da Madeira (2022, 2023); IFCN (2022b); Palheiro Gardens (2023); Quintal (2009).

### 3.3.1. Os atrativos - características, estrutura de acolhimento e posição/localização

O jardim botânico, o Tropical Monte Palace e o Palheiro Ferreiro apresentam dimensões de visitação diferenciadas justificadas não só pelos atrativos disponíveis e toda uma estrutura de acolhimento ao visitante, ou seja, pela *garden experience* oferecida, mas também pelo fator localização e a acessibilidade associada que terá um papel central no seu desempenho enquanto atrações turísticas, a que se juntará a questão crucial da promoção.

O jardim botânico foi criado em 1960, ocupa uma área de aproximadamente 8ha, 5ha dos quais ajardinados, desenvolve-se em patamares entre os 150 e os 300 metros de altitude, organizados em diversas áreas temáticas (Figura 10), que acolhem um património florístico composto por cerca de 3000 espécies (IFCN, 2021), grande parte identificado (família, nome científico, nome comum, local de origem). Inclui ainda o museu de História Natural que apresenta coleções de minerais e rochas, fósseis, corais e animais embalsamados, herbário e o Louro Parque, uma mostra de aves exóticas.

Cada uma das áreas ou pontos de interesse dispõe de painéis informativos assim como os percursos/direções estão assinalados, acrescentando-se a informação digital disponibilizada através

do aplicativo (*App*) do jardim que auxilia na movimentação no espaço e no acesso a um conjunto mais amplo de informação geral e específica com relação ao jardim e às espécies.

Com o intuito de aumentar a atratividade, diversificar a oferta, melhorar o espaço físico e as condições de visitação, decorreram algumas intervenções de requalificação no âmbito do Programa Operacional da Região Autónoma da Madeira 2014-2020, no domínio da “Proteção, desenvolvimento e promoção de ativos públicos culturais e patrimoniais” (IDR, 2022). Foram realizadas intervenções de preservação, requalificação e aumento do património florístico, da renovação de áreas para novos usos (nova estufa tropical e coleção de pássaros exóticos), da recuperação de espaços atingidos pelo incêndio de 2016, da acessibilidade, da atividade de jardinagem, das diversas estruturas, da catalogação e inventário, da melhoria das condições de exposição e informação disponível aos visitantes (JM Madeira, 2019).

Mais a norte, no Monte, entre os 475 e 567 metros distribui-se por cerca de 7ha o jardim Tropical Monte Palace, cuja origem remonta ao final do século XVIII, início de XIX, tendo sido adquirido pelo atual proprietário no término da década de 80 do século passado, que promoveu grandes obras de beneficiação (Quintal, 2009). O espaço apresenta uma estrutura



Figura 10  
Jardim Botânico da Madeira - jardim coreografado e jardim das plantas suculentas.  
Fonte: Autores (2022).

turística mais complexa e diversificada. Para além do património florístico, que é composto por várias coleções como a de cicas, de próteas, de orquídeas, de hortênsias, de sequoias, entre outras, e de espécies características da Laurissilva, a arte passou a estar presente no espaço sob as mais diversas formas, indo para além da mera função decorativa e materializando o conceito de museu a “céu aberto”. No espaço é possível encontrar elementos da cultura chinesa e japonesa nos jardins orientais, coleções de painéis de azulejos do século XV ao século XX, parte dos quais retratando acontecimentos da História de Portugal, que vão surgindo ao longo dos passeios, quadros em terracota, painéis dedicados aos elementos da natureza, janelas manuelinas, brasões, nichos e arcos, estátuas diversas ou cerâmica (Figura 11). O espaço alberga ainda o museu Monte Palace onde estão expostas as coleções de minerais e gemas e de escultura contemporânea do Zimbabwe.

Embora não seja formalmente um jardim botânico, nota-se o cuidado na identificação das espécies, em particular os exemplares mais significativos. As diferentes áreas do jardim, para além da cuidada manutenção, estão identificadas, assim como os percursos/direções profusamente indicados e acompanhados do respetivo mapa de localização, incluindo *QR-codes*. À semelhança do jardim botânico, também aqui é promovida a vertente do lazer através da apazibilidade do espaço em termos cénicos, das amplas vistas sobre o Funchal e dos espaços de repouso e contemplação e a vertente da aprendizagem, exacerbada pela diversidade e riqueza cultural.

A Quinta do Palheiro Ferreiro, datada do século XIX, localiza-se a nordeste do centro do Funchal, a cerca de 550 metros de altitude, é a maior quinta da Madeira (14ha) e acolhe mais de 600 espécies de plantas ornamentais, para além de inúmeros híbridos e cultivares (Quintal, 2009). Com a estrutura da típica quinta de recreio, este espaço encontra-se dividido em diferentes áreas temáticas (Figura 12), sendo ainda possível descer ao Ribeiro do Inferno. O jardim visitável não apresenta uma grande dimensão, existindo diversos espaços interditos, mas oferece à apreciação uma ampla diversidade de espécies, a maioria identificadas, e inclui ainda uma capela. Integra também uma unidade hoteleira e um campo de golfe.

Os equipamentos de apoio ao visitante existentes no jardim botânico e no Monte Palace (café, restaurante, loja, sanitários) proporcionam uma experiência de visita e de descoberta, seja de forma guiada, mas sobretudo de carácter livre, de qualidade elevada, mais completa e duradoura, em que é possível conciliar o saber e o lazer. Já o Palheiro Ferreiro apenas dispõe de uma casa de chá.

Na figura 13 é possível verificar que os três espaços se encontram afastados do epicentro turístico da região, a cidade do Funchal, sobretudo o Palheiro Ferreiro e o Monte Palace. No caso do Monte Palace, este dispõe de acesso facilitado através do teleférico a partir do Funchal, que beneficia, de igual modo, o jardim botânico. Aliás, no jardim botânico é anunciada ao visitante a “*Monte Experience by cablecar*”, numa proximidade temporal ao Monte de apenas 10 minutos capaz de vencer a distância geográfica. São ainda servidos de autocarros com



**Figura 11**  
Jardim Tropical Monte Palace - painéis de azulejos e jardim oriental.  
Fonte: Autores (2022).



**Figura 12**  
Recantos do jardim do Palheiro Ferreiro.  
Fonte: Autores (2022).



horários regulares, sendo que o Monte Palace se localiza próximo de outras atrações igualmente relevantes, como os carros do Monte e a Igreja de Nossa Senhora do Monte.

O Palheiro Ferreiro encontra-se mais afastado do grande centro recetor de turistas, e sofrerá, por isso, da sua posição periférica em relação aos demais. E, por consequência, ressentir-se pelo facto de os acessos não serem os mais adequados para os turistas que utilizam transportes públicos ou se deslocam a pé. A importância dos autocarros para aceder ao jardim assume relevância tal que a informação correspondente é disponibilizada à entrada do espaço e ainda no seu folheto promocional. Porém, constatou-se que os horários são dispersos ao longo do dia, situação que se agudiza ao fim de semana. Para além

disso, este jardim não surge com a mesma frequência que os outros dois jardins na montra promocional da ilha, distribuída pelas mais diversas entidades, oficiais e não oficiais, públicas e privadas, com que o turista é confrontado desde a chegada, quer por ar, quer por mar. No aeroporto, no porto marítimo, na marginal, no teleférico, nos pontos dos operadores turísticos ou no posto de turismo surgem de forma recorrente imagens do jardim botânico e do Tropical Monte Palace e de forma muito residual do Palheiro Ferreiro. Acresce o facto de este não surgir no espaço representado em pormenor nos mapas turísticos da Madeira ou do Funchal disponibilizados aos turistas.

Deve ainda notar-se que, relativamente ao jardim botânico, há sobre ele um maior conhecimento antecipado, conforme já referido, sendo um espaço



Figura 13

Localização dos jardins.

Fonte: Google Maps (2022). Nota: Mapa sem escala e orientação.

amplamente promovido. A pesquisa *online* revela que o jardim botânico surge quase sempre como um dos pontos de interesse ou locais de visita obrigatória na ilha da Madeira. As características do jardim anteriormente descritas, quer em termos de coleções florísticas, de *layout*, de extensão, de acesso e de localização justificarão esta atratividade, refletida na dimensão da procura, como se verificou.

### 3.3.2. Visitação - características, evolução e distribuição anual

A análise dos dados disponíveis para o intervalo 2009-2019 revelam duas conclusões fundamentais: o crescimento de visitantes totais, com exceção do Palheiro Ferreiro, e o domínio da dimensão turística. Os três jardins constituem espaços eminentemente turísticos, condição revelada pela proporção superior a 90% de entradas pagas, relegando para uma posição residual as entradas gratuitas, e por inerência a componente educativa associada, uma vez que estas são provenientes essencialmente do contexto escolar, de instituições de solidariedade social ou referentes a crianças cuja entrada é gratuita, com uma expressividade superior nos meses de abril, maio e julho,

e que prosseguem a tendência decrescente já anteriormente registada por Quintal (2009).

No caso do jardim botânico, as entradas pagas corresponderam a cerca de 97% entre 2009 e 2019, atingindo as entradas gratuitas um mínimo neste último ano (IFCN, 2022, 2023). Em 2020, devido à pandemia, registou-se um acréscimo de visitas gratuitas entre junho e agosto resultante da isenção temporária do pagamento das visitas ao jardim, determinada pelo Governo Regional (ALRAM, 2020), e em 2021 regressa aos números habituais. Já no Palheiro Ferreiro, de acordo com os dados disponibilizados (Palheiro Gardens, 2023), as visitas pagas correspondem à quase totalidade das visitas, apresentando a dimensão mais reduzida de gratuitidade em comparação com o jardim botânico, justificado pelo facto de continuar a não dispor de programa educativo, por um lado, e possivelmente, por não ser tão apelativo à visita de famílias, por outro lado.

O quadro 1 ilustra a evolução da variação do número de visitantes (pagos e gratuitos no caso do jardim botânico), no período em análise. Verifica-se uma evolução inter-anual irregular nos três casos, e,

**Quadro 1**

*Evolução da variação anual (em %) dos visitantes nos três jardins entre 2009 e 2019.*

Ano	Jardim Botânico			M o n t e Palace	Palheiro Ferreiro
	Totais	Pagas	Gratuitas	Totais	Totais
2009	-3.3	-2.6	-17.0	-11.2	-8.1
2010	-11.0	-11.7	2.5	-19.7	-20.5
2011	22.8	25.0	-19.0	7.5	9.5
2012	-2.2	-2.3	0.3	-1.3	-2.1
2013	-6.3	-6.1	-11.1	22.2	9.7
2014	2.3	2.1	7.8	8.0	0.3
2015	5.3	4.7	20.7	6.1	5.4
2016	-9.3	-10.7	24.3	14.9	1.6
2017	15.3	19.0	-50.7	-14.1	0.0
2018	-1.0	-1.1	0.0	8.1	-9.0
2019	-1.3	-1.1	-9.4	5.9	-9.4
Var. 09-19	10.2	12.7	-46.4	34.7	-17.3

Fonte: Associação Coleções (2022); IFCN (2022b); Palheiro Gardens (2023).

com exceção do Palheiro Ferreiro, o crescimento de visitantes totais está alicerçado no crescimento das entradas pagas e diminuição das entradas gratuitas.

Concretamente, apesar da diferença de valores, o jardim botânico assim como o Tropical Monte Palace registam um incremento do número total de visitantes (+10% e +35%, respetivamente), embora mais modestos quando comparados com a década anterior, enquanto o Palheiro Ferreiro é o único cuja afluência diminuiu neste horizonte temporal (-17%). No caso do jardim botânico, verificam-se variações positivas e negativas alternadas, de reduzida expressão, com exceção de 2011 e 2017, que encerram os maiores aumentos. Já os valores registados no Monte Palace parecem refletir uma maior expressividade dos ganhos, destacando-se 2013 e 2016. No Palheiro Ferreiro, o crescimento ocorreu entre 2011 e 2017, com exceção de 2012, este último registando o maior número de visitantes da década, pouco mais de 40 mil. A quebra em 2010 é transversal aos três espaços, mas mais pronunciada no Palheiro Ferreiro, e será reflexo da crise económica internacional. No jardim botânico os decréscimos são mais expressivos no âmbito das entradas gratuitas, que regista uma perda total de 46%, enquanto que as entradas pagas cresceram cerca de 13%, confirmando-se a tendência já anteriormente assinalada de perda de visitantes do meio escolar e reforço dos

turistas, revelando uma diminuição da componente educativa e da ligação com o contexto escolar.

A avaliação da distribuição mensal dos visitantes totais, considerando o valor médio entre 2015 e 2019 (Figura 14), continua a revelar um claro paralelismo entre a afluência de visitantes e a floração das espécies. Em termos globais, a época da primavera, nomeadamente março, abril e maio, é a que mais visitantes atrai, cujo lugar cimeiro vai oscilando entre abril e maio. Este facto estará intimamente relacionado com o mês de realização da Festa da Flor e com a ampla perceção de que a primavera é a estação das flores, em concordância com a calendarização da floração disponibilizada *online*, embora esta se prolongue por julho e agosto (Madeira-web, 2023). Há algumas nuances a esta tendência geral que é importante destacar. Assim, enquanto o jardim botânico e o Palheiro Ferreiro são preferidos para a visita na primavera, em particular em abril e maio, incontornavelmente reflexo da quantidade de espécies em floração, segundo Quintal (2009), e sofrendo uma quebra em agosto, o Tropical Monte Palace tem revelado maior procura no mês de julho, que será resultado da maior afluência de turistas e da amplitude e diversidade atrativa que oferece, ou seja, não é um espaço única e exclusivamente composto por coleções florísticas, mas que agrega outras, como já referido, o que se refletirá numa ampliação e diversificação de motivações. Pelo contrário, dezembro tem sido, nos três casos, o mês com menor afluência correspondendo, em simultâneo, à época com o menor número de espécies em floração (Figura 14).

Durante a pandemia este cenário alterou-se e, à semelhança de outros indicadores e atrações turísticas, inicia o ano (janeiro e fevereiro) com um pequeno acréscimo relativamente ao ano anterior, alimentado essencialmente pelo Monte Palace, registando-se uma quebra acentuada em março, abril e maio. Nestes dois últimos meses os jardins não receberam qualquer visitante, situação que se prolongou a junho no Monte Palace e a julho no Palheiro Ferreiro. O alívio das medidas restritivas à disseminação da pandemia originou um aumento de visitantes nos meses subsequentes, com destaque para o Monte Palace, devido a um período de gratuidade conferida a todos os madeirenses em julho. Não obstante, em 2021, os jardins ainda não haviam recuperado os valores registados no período pré-pandemia (Figura 15).

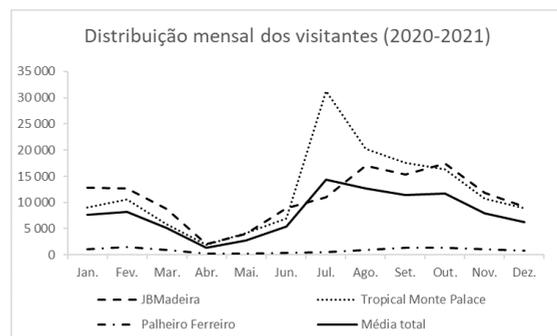
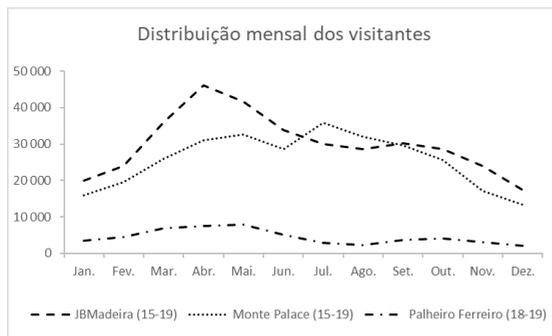


Figura 14 e 15

Distribuição mensal dos visitantes nos jardins (média 2015-2019) e Distribuição mensal dos visitantes nos jardins (média 2020-2021).

Fonte: Associação Coleções (2022, 2023); IFCN (2022b); Palheiro Gardens (2023).

### 3.4. Os jardins na estratégia turística da Região Autónoma da Madeira: orientações, medidas e propostas

De forma mais ou menos objetiva os jardins têm sido considerados como recursos turísticos na estratégia turística da Madeira. Porém, se no início do novo milénio os jardins/parques, assim como a Festa da Flor, eram considerados produtos turísticos emergentes, integrando um dos eixos estratégicos de desenvolvimento no Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira, nas estratégias subsequentes de desenvolvimento turístico, mormente o Documento de Orientação Estratégica Regional/Compromisso Madeira@2020 e o Documento Estratégico para o Turismo na Região Autónoma da Madeira 2015-2020, os jardins foram secundarizados, surgindo associados a uma oferta complementar e muitas vezes dissimulados pelo produto e subprodutos de Natureza, ou como uma das atividades a realizar durante a visita à Madeira (Silva, 2020).

No plano de ação correspondente à estratégia definida para o turismo da Madeira no período 2017-2021 (GRM/SRETC, 2016), no âmbito do Programa *Qualificar e consolidar a oferta*, subponto *Organização dos produtos turísticos*, é assumida a continuidade da consolidação de produtos como os Jardins da Madeira, a Rota do Vinho ou o Turismo Náutico bem como o desenvolvimento de outros, procurando afirmar circuitos multiprodutos ou de complementaridade entre os mesmos. O produto jardins não surge de forma clara elencado nos produtos estratégicos, complementares ou secundários, embora se admita poder estar englobado no produto estratégico *touring* cultural e paisagístico, que considera a cultura na

modalidade festas e tradições e ainda o património e a paisagem.

A revisão do Plano de Ordenamento Turístico, que toma a designação de Programa, segue esta mesma linha da organização dos jardins em percursos e/ou rotas. Assim, no quadro do Programa de Ação para o horizonte temporal de 2027, no âmbito do Programa Estruturante Percursos Turísticos, Desportivos e de Lazer, subprograma Percursos em centralidades urbano-turísticas, os jardins constituem um dos projetos definidos, além dos projetos Percursos temáticos e Miradouros, com o objetivo de criar percursos tematizados na região que proporcionem consumos mais qualificados e diferenciados e que contribuam para a distribuição de turistas em função de preferências. Os jardins voltam a ser considerados nos Programas Temáticos e Projetos Estratégicos, em concreto no Programa Temático Mais Cultura, no qual é recomendada a promoção da oferta de Roteiros Turísticos Orientados com forte componente cultural que sejam capazes de agregar vários pontos de interesse turístico-cultural. O vinho, o açúcar, a flor, os jardins, as quintas, os fortes ou faróis são algumas propostas de rotas temáticas sugeridas (ALRAM, 2017).

A Estratégia do Turismo 2022-2027 (GRM/SRETC, 2021), na sua versão para consulta pública, assume a riqueza e diversidade do património natural, fauna e flora como forças da região. Os ativos turísticos referentes a jardins e florestas surgem sistematizados na categoria Natureza e a Festa da Flor na categoria Eventos, pelo que os jardins e florestas integram um dos pilares estratégicos para o desenvolvimento da região designado Natureza, Turismo Ativo & Desportivo, embora sejam ignorados na análise das oportunidades deste pilar. Já a Festa da Flor, que integra o pilar Património Cultural, Gastronomia &

Vinho, é apresentada como um dos *enablers* deste pilar, é reconhecida como manifestação de autenticidade, altamente atrativa e um fator de aumento da rentabilidade dos operadores turísticos locais. No âmbito da definição de audiências, os jardins posicionam-se como produto turístico associado às características e necessidades dos segmentos *experience seekers* (jovens, altamente ativos, procuram autenticidade em cada experiência fugindo de destinos massificados, assim como viajar de forma sustentável), *devoted family* (procuram experiências coletivas na viagem em família de forma a criar memórias) e *mindfulness & nature* (adultos, demonstram cuidado adicional com a sua saúde e bem-estar, procurando experiências relaxantes em ambientes em comunhão com a natureza).

No Programa do XIII Governo Constitucional (2019-2023), no ponto “Ambiente, recursos naturais e alterações climáticas”, é admitido que “Os elementos naturais, paisagem, flora e fauna autóctone, recursos hídricos e recursos geológicos - desempenham funções sociais e ecológicas com relevância no tecido económico regional, em especial no Turismo” (GRM, 2019, p. 75), pelo que são definidas como orientações estratégicas a criação de um roteiro turístico das Quintas e Jardins da Madeira como forma de divulgar e potenciar o seu aproveitamento lúdico e económico na perspetiva da sua sustentabilidade, promovendo ainda a valorização do conhecimento e a imagem e identidade regional, assim como a criação de novos parques e jardins públicos.

Quintal (2009), há mais de uma década reconhecia a existência de património na Madeira capaz de posicionar a ilha num nível elevado no mercado do *garden tourism*, indicando a necessidade da criação de uma rede de jardins, públicos e privados, de elevada qualidade, que garantisse, pelo menos, uma semana de visitas diversificadas nos domínios botânico, paisagístico e histórico. Todavia, admitia como grande obstáculo a decadência desses jardins e a necessidade de um corpo de jardineiros qualificados. O autor antevia que o jardim botânico, o Tropical Monte Palace e a Quinta do Palheiro Ferreiro continuariam a ser as três principais âncoras da oferta, muito embora chamasse a atenção para a necessidade de melhorarem os seus conteúdos informativos por forma a proporcionarem visitas mais interessantes. Neste campo, Quintal (2007) identifica a necessidade de reforço das funções educativa e

cultural através de uma ação mais proativa das autoridades competentes no domínio da identificação das espécies através de placas e no enriquecimento do seu conteúdo, assim como da implementação de painéis com a história das árvores monumentais e a criação de um circuito fitogeográfico. Na perspetiva deste autor (2009), em termos concretos, para que a Madeira se posicionasse como um ‘hotspot’ do turismo de jardins, a estratégia deveria contemplar a:

- criação de uma rede de jardins de elevada qualidade, que proporcione visitas não repetitivas durante uma semana para especialistas e amantes de jardins;
- preparação dos jardins para acolher famílias, com programas de animação diferenciados para avós, filhos e netos;
- discriminação positiva dos jardins de excecional riqueza florística;
- associação da promoção da Festa da Flor (abril/maio) a programas de visitas a jardins e a áreas naturais ricas em flora indígena;
- aproveitamento das excelentes condições atmosféricas para fazer cursos sobre plantas ornamentais e jardinagem ao ar livre durante todo o ano;
- aposta no aumento das visitas aos jardins nos meses de dezembro e janeiro (transmitindo a imagem dos jardins da Madeira com árvores floridas, quando no centro e norte da Europa as árvores maioritariamente estão sem folhas).

Não obstante as melhorias registadas, sobretudo ao nível da manutenção e da informação disponível, grande parte destas recomendações continuam a fazer sentido na atualidade, não se verificando desenvolvimentos substanciais, nomeadamente no domínio da programação de atividades e da promoção por forma a atenuar a sazonalidade e atrair novos públicos.

#### 4. Avaliação SWOT do turismo de jardins na Madeira

A discussão sobre o potencial turístico dos jardins da Madeira está mais do que ultrapassada, ou deveria estar. Esse potencial existe e há muito que é conhecido e reconhecido. O operador *Garden Tours* afirma mesmo que a “*Madeira has become an*

*important destination for garden and plant lovers from all over the world*” (GardenTours, 2023). Passada mais de uma década sobre o contributo de Quintal (2009), dos investimentos realizados e dos resultados já obtidos, que tornam notória a importância dos jardins como produto turístico da Madeira, é imperativo realizar-se uma avaliação integradora através de uma matriz SWOT.

A Madeira dispõe de um rico, diverso e qualificado património cultural e paisagístico associado aos jardins, assim como condições gerais de acolhimento, capazes de a posicionar como um destino de jardins de excelência, podendo beneficiar do aumento da projeção e da crescente procura do destino Madeira. Porém, ao nível da qualificação e diferenciação do produto permanecem constrangimentos em vários domínios. O facto de não constituir uma aposta clara e efetiva no âmbito da estratégia delineada para o horizonte temporal de 2027 condiciona uma ambição maior no que diz respeito ao posicionamento do turismo e jardins neste destino. Da mesma forma que o não levantamento da totalidade do espólio, que vai divergindo entre as bases de dados ou entre sites de promoção turística, condicionará a elaboração de uma rede efetiva, diversificada e mais alargada de jardins para programas de visitas diferenciadas. Por outro lado, existem ofertas desajustadas ao nível de rotas existentes que excluem alguns sítios relevantes e incluem outros que (já) não são visitáveis, de forma permanente ou temporária, ou ainda que não estão disponíveis para o público regular, mormente jardins que integram alguns alojamentos turísticos. A mesma situação repete-se nos sites de informação turística sobre a ilha, cujo conteúdo transmitido aos consumidores é, em vários casos, impreciso e desatualizado. Estas situações podem comprometer a experiência de jardins neste destino, assim como a estrutura organizativa da visita em função da disponibilidade de tempo, podendo conduzir a um defraudar de expectativas e consequente desilusão que, em última instância, poderá resultar num não retorno e não recomendação.

Não obstante, a propósito da visita diferenciada de jardins durante o período de uma semana, deve referir-se que existem atualmente jardins abertos ao público em quantidade e diversidade suficiente para cumprir este desígnio. A existência de *tours* de operadores, sobretudo internacionais, que disponibilizam programas de visita aos jardins da Madeira

por períodos de uma semana comprovam-no (Silva, 2020). Para 2023, são vários os operadores (franceses, ingleses e portugueses) com programas alargados para a Madeira. Por exemplo, o operador holandês *Garden Tours* tem disponível o *tour The villas & gardens of Madeira* durante 8 dias em abril que inclui a visita a 16 jardins (GardenTours, 2023).

A aposta na qualificação da experiência de jardins é visível em duas vertentes: na qualidade global dos espaços e na informação disponível de suporte à visita e interpretação, em particular no jardim botânico e no Monte Palace. É evidente um cuidado com a manutenção dos jardins, públicos e privados, assim como esforços de renovação, requalificação e valorização dos espaços, das coleções e da estrutura de acolhimento, não só nos jardins considerados âncora. Neste domínio, referem-se os investimentos enquadrados nos programas operacionais, nomeadamente as últimas intervenções no jardim botânico, já mencionadas, e na Quinta Jardim do Imperador, onde se procede à reconstrução integral da Quinta, do espaço envolvente e de todas as pequenas construções existentes, e à instalação do Museu do Romantismo (IDR, 2022), e ainda a requalificação paisagística e ambiental na Quinta Magnólia promovida pela empresa pública regional de titularidade e gestão de património PATRIRAM entre 2017 e 2019 (PATRIRAM, 2023). Pelo contrário, existem jardins, sobretudo de carácter privado, em avançado processo de abandono e degradação, justificando-se uma intervenção para que este património não se perca de forma irrecuperável. Acresce os jardins que foram atingidos pelos incêndios de 2016 e que ainda permanecem encerrados por não reunirem as condições adequadas à abertura ao público.

Com exceção do jardim botânico e do Monte Palace, na grande maioria dos jardins visitados, públicos e privados (inclusive jardins de unidades hoteleiras), a informação ao visitante está reduzida essencialmente às placas identificadoras das espécies florísticas contendo a informação básica. Quanto à programação, poucas ou nenhuma atividades ocorrem para além de visitas guiadas providenciadas por alguns jardins e daquela associada à Festa da Flor. Este aspeto, a par dos conteúdos digitais, talvez sejam os que mereçam atenção redobrada num futuro próximo.

É necessário e fundamental transmitir de forma mais eficiente ao visitante que a oferta não se reduz ao jardim botânico, ao Monte Palace e ao Palheiro

Pontos Fortes	Pontos fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>Grande número de jardins abertos ao público, muitos de acesso gratuito</li> <li>Elevada fitodiversidade, de excepcional riqueza e amplamente reconhecida</li> <li>Património histórico/cultural associado aos jardins</li> <li>Enquadramento paisagístico dos jardins</li> <li>Localização/concentração dos jardins e o aspeto topográfico</li> <li>Existência de espécies em flor todo o ano</li> <li>Clima favorável à visita de jardins durante todo o ano</li> <li>Boas condições de acolhimento ao visitante</li> <li>Disponibilização de informação sobre as espécies (formato tradicional e digital)</li> <li>Experiências de visita diferenciadas</li> <li>Associação de alguns jardins a unidades de alojamento</li> <li>Distinção de jardins com o Selo de Qualidade Jardim Histórico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de visão estratégica nas políticas regionais com relação aos jardins</li> <li>Ausência de uma política consistente e efetiva de marketing e comunicação que promova a marca Jardins da Madeira</li> <li>Desconhecimento ou dificuldade de acesso a fontes de financiamento</li> <li>Desconhecimento sobre a totalidade do património “quintas” nos inventários oficiais</li> <li>Degradação/abandono de alguns exemplares e do património construído associado</li> <li>Inacessibilidade ao público de quintas de excepcional valor</li> <li>Informação (online) escassa ou desatualizada</li> <li>Fraca informação disponível em alguns espaços</li> <li>Fraca sinalização de alguns jardins</li> <li>Débil visibilidade/promoção de jardins relevantes</li> <li>Períodos de visita reduzidos em alguns casos</li> <li>Débil ou ausente programação de atividades</li> <li>Posição relativamente periférica do destino Madeira (acessível apenas por via área ou marítima)</li> <li>Sazonalidade, acessibilidade</li> <li>Pouco adaptados a crianças, idosos e pessoas com mobilidade reduzida</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>Notoriedade do destino Madeira em termos globais</li> <li>Reconhecimento da qualidade do destino</li> <li>Notoriedade da Madeira enquanto destino de jardins</li> <li>Aumento da procura turística da Madeira</li> <li>Aumento da procura por jardins e experiências de jardins (global e local)</li> <li>Valorização da natureza na promoção da saúde e bem-estar</li> <li>Procura crescente por experiências diferenciadas</li> <li>Elevada internacionalização da procura</li> <li>Elevada margem de progressão do produto</li> <li>Recentes intervenções de requalificação</li> <li>Construção de novos jardins</li> <li>Condições climáticas</li> <li>Fontes de financiamento existentes</li> <li>Digitalização e redes sociais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Concorrência de outros destinos de jardins</li> <li>Inexistência de políticas públicas destinadas à conservação e valorização dos jardins</li> <li>Incêndios florestais com relativa frequência</li> <li>Massificação turística dos principais jardins</li> <li>Perda de essência e descaracterização dos jardins</li> <li>Envelhecimento do visitante tradicional</li> </ul>

Fonte: Trabalho de campo com contributos de Albergaria (2017) e Quintal (2009).

Ferreiro, que continuam como atrações âncora, amplamente divulgados em localizações-chave - aeroporto, porto marítimo, teleférico, posto de turismo, diversos operadores localizados na marginal - e que, para além destes, existe um conjunto de jardins de excelência, capazes de promover uma *garden experience* de elevada qualidade e alargada no tempo. Uma divulgação adequada e integrada junto dos principais mercados externos, em especial dos públicos com enraizada tradição na visita a jardins, e do mercado nacional, com particular destaque no facto de a Madeira permanecer florida durante todo o ano, poderia estimular e justificar visitas de cariz mais regular, de especialistas botânicos e do público geral. Da mesma forma que o desenvolvimento de conteúdos informativos e diversificação das formas de interpretação - tradicional e/ou digital - deve ser transversal aos jardins abertos ao público e não exclusivo das grandes atrações.

Ainda no domínio da promoção/divulgação, o espaço digital deve ser considerado como uma janela de oportunidade para os jardins madeirenses se

publicitarem, se conectarem com uma grande amplitude de pessoas de forma quase instantânea, alcançarem novos mercados, mormente os designados *Millennials*, que serão os futuros visitantes de jardins, e para estimular visitas presenciais. Benfield (2021) considera que as redes sociais têm potencial para se tornarem a maior força impulsionadora da visitação de jardins no século XXI, já que os jardins são realidades visuais e as redes sociais são sobretudo alimentadas com conteúdo visual, além de amplamente utilizadas por esta geração. Por força do seu *layout* físico e florístico, decorrente da topografia, do solo e do clima, grande parte dos jardins madeirenses oferecem uma harmonia visual singular que os posicionam como locais “instagramáveis”, condição que pode atuar como fator de atração de um público mais jovem, nomeadamente os designados *experience seekers* (jovens, altamente ativos e influenciados pelas redes sociais).

A promoção da abertura dos jardins privados da ilha, em grande quantidade, por períodos determinados de tempo colocaria acessíveis ao público espaços distintos, cujo retorno, para além de

financeiro, passível de ser aplicado na manutenção dos jardins e qualificação da experiência, estender-se-ia ao fortalecimento e visibilidade da imagem da Madeira como *garden destination* diferenciado, mas também qualificado, se se considerasse a distinção da excelência dos jardins e das suas práticas de manutenção e gestão.

## 5. Notas finais

Os jardins adquirem cada vez mais importância como espaços de consumo lúdico e turístico, posicionando-se como elementos de grande relevância na atratividade dos territórios. A visita aos jardins tem aumentado, os públicos e as motivações subjacentes são diversos. Estas são oportunidades-chave para o destino Madeira, cuja singularidade geográfica coloca a ilha num grupo restrito de lugares reconhecidos como diferentes e conotados como “paradisiacos”, justificado pela paisagem exuberante. Este atributo assume-se como uma das grandes imagens de marca do território, constituindo-se, por isso, como um atrativo turístico fulcral da região. Uma paisagem luxuriante que se materializa, para além de outras configurações de espaços verdes, num amplo e diverso conjunto de jardins, parques e quintas. A maior parte destes espaços encontra-se inserida em contextos favoráveis, no que à dinâmica turística diz respeito, desempenhando um papel determinante no *layout* da paisagem urbana.

A relevância que os jardins, parques e quintas assumem neste território está espelhada na dimensão da procura e na tendência de crescimento deste segmento de nicho, apesar de mais moderada na última década. Não obstante a paisagem figurar como um dos principais ativos da ilha na estratégia turística e ser presença incontornável nas campanhas promocionais, verifica-se que os jardins se vêm eclipsando da estratégia de desenvolvimento da ilha ao longo do tempo, não configurando uma prioridade por parte de entidades públicas e privadas a construção de uma oferta estruturada do produto turismo de jardins. Esta premissa seria determinante para que a Madeira se constituísse de forma sólida como um ‘hotspot’ do turismo de jardins.

A construção de um produto turístico de jardins estruturado na Madeira carece de uma visão estratégica nos domínios da conservação, da valorização, da cooperação e da promoção/divulgação. A definição de políticas públicas direcionadas e de

pacotes financeiros que permitam colocar em marcha, em alguns casos dar continuidade, a estes eixos, assim como a imperativa articulação entre os diversos atores, assumem aqui capital relevância na trajetória futura deste segmento na ilha.

## Bibliografia

- Aguiar, J. (2007). *Paisagem cultural: um conceito em (re) evolução*. <https://icomos.fa.utl.pt/eventos/apap2007.pdf>
- AJH - Associação dos Jardins Históricos (2022). *Inventário dos Jardins Históricos de Portugal*. <https://www.jardinhistoricos.pt/home/search>.
- Albergaria, I. (2017). Turismo de jardins na Madeira e nos Açores: da dimensão histórica à situação atual, In A. Vieira & D. Chaves (Eds), *Livro de resumos do Colóquio “Açores e Madeira: Percursos de memória e identidade”* (pp. 187-207). Ponta Delgada & Velas: CHAM, FCSH/NOVA-UAc.
- ALRAM - Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira (2017). Decreto Legislativo Regional n.º 15/2017/M. *Jornal Oficial*, I série, n.º 101 de 6 de junho de 2017.
- ALRAM - Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira (2020). Resolução n.º 624/2020. *Jornal Oficial*, I série, n.º 162 de 28 de agosto de 2020.
- APRAM - Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira (2022). *Movimento Anual de navios e passageiros*. <https://www.apram.pt/site/index.php/pt/estatisticas>
- Associação Coleções (2022, 2023). *Visitantes do Tropical Monte Palace de 2009 a 2021*. Realizado pedido específico.
- Benfield, R. (2021). *New Directions in Garden Tourism*. Wallingford & Boston: CABI.
- Câmara, B. (2002). *A Economia da Madeira (1850-1914)*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Carvalho, P. (2021). Relevância patrimonial da paisagem. In B. Marques, F. Velez de Castro, I. Vaquinhas, L. Cunha & R. Marnoto (Org.), *O homem que planta árvores. Para António Campar* (pp. 160-165). Coimbra: FLUC, DGT, CEGOT.
- CMF - Câmara Municipal do Funchal (2023). *23º Concurso | Funchal, Cidade Florida 2022*. <https://www.funchal.pt/23o-concurso-funchal-cidade-florida-2022-2/>
- Connell, J. (2002). *A critical analysis of gardens as a resource for tourism and recreation in the UK* (Doctoral dissertation). University of 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. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.021>

- Deloitte (2006). *A Madeira vista do Continente*. <https://dadosabertos.madeira.gov.pt/dataset/estudo-madeira-vista-do-continente-julho-2006>
- DGPC - Direção Geral do Património Cultural (2022). *Pesquisar o Inventário do Património Arquitetónico*. [http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP\\_PagesUser/Default.aspx](http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP_PagesUser/Default.aspx)
- ECAM - Empresa de Consultoria e Assessoria Empresarial da Madeira (2010). *Estudo do Gasto Turístico*. <https://dadosabertos.madeira.gov.pt/dataset/estudo-do-gasto-turistico-2017>
- Franco, J. E. (2008). Madeira, Mito Ilha-Jardim - Cultura da regionalidade ou da nacionalidade imperfeita. In J. E. Franco & A. C. C. Gomes (coord.), *Jardins do Mundo - discursos e práticas* (pp. 37-68). Lisboa: Gradiva.
- GardenTours (2023). *The villas & gardens of Madeira - 2023*. <https://www.gardentours.com/tours/the-villas-gardens-of-madeira-2023/>
- GConsulting (2005). *Imagem da Madeira enquanto Destino Turístico* - Executive Brief. [https://cld.pt/dl/download/81affaa1-3da6-47f5-9234-5a7bafbe6928/Resumo\\_Estudo\\_Imagem\\_Madeira.pdf](https://cld.pt/dl/download/81affaa1-3da6-47f5-9234-5a7bafbe6928/Resumo_Estudo_Imagem_Madeira.pdf)
- GRM - Governo Regional da Madeira (2019). Programa do XIII Governo Regional da Madeira. <https://www.madeira.gov.pt/Portals/1/documentos/Oficiais/PGR%20Vers%3a3o%20Final%202019.11.04.pdf>
- GRM - Governo Regional da Madeira (2022, 2023). *Visitantes da Quinta Vigia 2016-2022*. Realizado pedido específico.
- GRM/SRETC - Governo Regional da Madeira/Secretaria Regional da Economia, Turismo e Cultura (2016). *Estratégia para o turismo da Região Autónoma da Madeira 2017-2021*. <https://dadosabertos.madeira.gov.pt/dataset/724fbcb6e-4068-4665-95d0-fa7204c0654b/resource/c75810ba-a309-4258-9604-58aab655195d/download/documento-estrategico-turismo-da-madeira-2017-2021.pdf>
- GRM/SRETC - Governo Regional da Madeira/Secretaria Regional da Economia, Turismo e Cultura (2021). *Estratégia para o turismo da Região Autónoma da Madeira, no período 2022-2027*. [https://www.madeira.gov.pt/Portals/31/Documentos/Estrat%3a9gia%20Turismo%20Madeira\\_Entreg%3a1veis\\_p%3bablico\\_vf.pdf](https://www.madeira.gov.pt/Portals/31/Documentos/Estrat%3a9gia%20Turismo%20Madeira_Entreg%3a1veis_p%3bablico_vf.pdf)
- ICOMOS (1982). *Historic Gardens - The Florence Charter 1981*. [https://www.icomos.org/charters/gardens\\_e.pdf](https://www.icomos.org/charters/gardens_e.pdf)
- IDR - Instituto de Desenvolvimento Regional (2022). *Programa Operacional da Região Autónoma da Madeira 14-20 - Candidaturas aprovadas*. <https://www.idr.madeira.gov.pt/m1420/Contenido.aspx?IDc=m1420candidaturas&IDsm=m1420-candidaturas--aprovadas>
- IEJP - Institut Européen des Jardins et Paysages (2022). *Inventário de Jardins e Paisagens em Portugal*. <http://europeangardens.eu/inventories/pt/>
- IFCN - Instituto da Florestas e Conservação da Natureza (2021). No jardim. <https://ifcn.madeira.gov.pt/quintas-e-jardins/jardin-botanico-da-madeira-eng-rui-vieira/no-jardim.html#>
- IFCN - Instituto da Florestas e Conservação da Natureza (2022a). *A Madeira*. <https://ifcn.madeira.gov.pt/77-biodiversidade/fauna-e-flora/flora/159-a-madeira.html>
- IFCN - Instituto da Florestas e Conservação da Natureza (2022b). *Visitantes no Jardim Botânico entre 2012 e 2021*. Realizado pedido específico.
- INE - Instituto Nacional de Estatística (2022). *Inquérito aos aeroportos e aeródromos*. [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_base\\_dados](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_base_dados)
- JM Madeira (2019). *Jardim Botânico da Madeira requalificado*. [https://www.jm-madeira.pt/opinioes/ver/2979/Jardim\\_Botanico\\_da\\_Madeira\\_requalificado](https://www.jm-madeira.pt/opinioes/ver/2979/Jardim_Botanico_da_Madeira_requalificado)
- Lozato-Giotart, J.-P. (1993). *Géographie du Tourisme* (4.ª éd.). Paris: Masson.
- Madeira-Web (2023). *Calendário de Flores, Frutos e Peixe da Madeira*. <https://www.madeira-web.com/pt/madeira/factos/flores-frutos-peixe.html>
- Marujo, N., & Santos, N. (2012). Turismo, Turistas e Paisagem. *Revista Investigaciones Turísticas*, 4, 35-48. <https://doi.org/10.14198/INTURI2012.4.02>
- Marujo, N. (2013). O Desenvolvimento do Turismo na Ilha da Madeira. *TURyDES - Revista de Turismo y Desarrollo*, 6(15), 1-16.
- Matos, R. (2016). *A Arquitectura do Turismo Terapêutico Arquipélagos da Madeira e Canárias, Quadro Histórico, 1800-1914* (Tese de Doutoramento). Universidade de Lisboa, Portugal.
- Matos, R. (2022). *Arquitectura e Turismo na Madeira, (Des) Continuidades Históricas*. *Arquivo Histórico da Madeira*, Nova Série, 4, 243-272.
- Palheiro Gardens (2023). *Dados estatísticos das entradas 2009 a 2021*. Realizado pedido específico.
- PATRIRAM (2023). *Obras executadas - Quinta Magnólia*. <https://www.patriram.pt/obras-executadas>
- Pessoa, F. (1969). Zonas Verdes na Paisagem Urbana. In *Colóquio de Urbanismo*. Madeira: Câmara Municipal do Funchal.
- Pitta, N. (1812). *Account of the Island of Madeira*. London: Longman, Hurst, Rees, Orme & Brown.
- Quintal, R. (2007). *Estudo Fitogeográfico dos Jardins, Parques e Quintas do Concelho do Funchal* (Tese de Doutoramento). Universidade de Lisboa, Portugal.
- 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.

- Rodrigues, E. (2019). O Turismo na Madeira Oitocentista. *Arquivo Histórico da Madeira*, Nova Série,1, 337-379.
- Silva, I. (1985). *A Madeira e o turismo: Pequeno esboço geográfico*. Funchal: SRTC.
- Silva, S. (2020). *Lazer e Turismo nos Jardins Históricos Portugueses. Uma Abordagem Geográfica*. Porto: Fundação Eng.º António de Almeida.
- Sousa, A. (2014). *O Turismo de Natureza no Funchal* (Dissertação de Mestrado). Universidade de Coimbra, Portugal.
- SRARN/DRFCN - Secretaria Regional do Ambiente e Recursos Naturais/Direção Regional de Florestas e Conservação da Natureza (2015). *Cartografia*. <https://ifcn.madeira.gov.pt/florestas/prof-ram/cartografia.html>
- Thomas, R., Porteous, G., & Simmons, D. (1994). *Garden Tourism and its Potential Organization in Canterbury* (Occasional Paper N.º 10). Lincoln University, New Zealand.
- UNESCO (2021). *The Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. <https://whc.unesco.org/en/guidelines/?msclkid=b88f3457c23511e-c926b2c6b9d0c607>
- WTA - World Travel Awards (2022). *Winers*. <https://www.worldtravelawards.com/winners/2022>
- Vieira, A. (2008a). A História do turismo na Madeira. Alguns Dados para uma Breve Reflexão. *Revista de la Escuela Universitaria de Turismo Iriarte*, 0, 95-118.
- Vieira, A. (2008b). Das Ilhas Jardins aos Jardins das Ilhas. In J. E. Franco & A. C. C. Gomes (Coord.), *Jardins do Mundo - discursos e práticas* (pp. 67-74). Funchal: Gradiva.
- Vieira, A. (coord.) (2010). *História da Cidade do Funchal: Economia de uma Cidade Portuária*. <https://www.calameo.com/read/0000104920e3a2093b487>.

