



O HOTEL DE SANTA LUZIA:  
DE MODERNO A PASSADO  
NO TURISMO  
PORTUGUÊS

*THE HOTEL DE SANTA  
LUZIA: FROM MODERN  
TO PAST IN  
PORTUGUESE  
TOURISM*

05

MARTA PRISTA

---

*“Assente sobre a montanha de Santa Luzia, de onde se gosa um dos pontos de vista mais deslumbrantes do mundo, a grandiosa construção (...) foi mandada erigir (...) com o intuito de dotar a pittoresca cidade de Vianna de Castello com mais um melhoramento importante (...) [e] tornar a cidade uma estancia balnear, rival das melhores do estrangeiro, para o que se vae construir uma praia de banhos do typo da de Biarritz” (A Construção Moderna, 1901).*

---

“Settled on Santa Luzia Hill, where we can enjoy one of the world’s most breath-taking panoramas, the grand edifice (...) was commissioned (...) in order to equip the picturesque town of Viana de Castelo with another important improvement (...) [and] convert it into a seaside resort, rivalling the best from abroad, for that matter building a Biarritz-type bathing beach” (A Construção Moderna, 1901).





Hotel de Santa Luzia  
e Jardim das Tílias em 2015  
(Pág. anterior)

*Hotel of Santa Luzia and the  
Jardim das Tílias, in 2015.  
(Previous page)*

Fotografia de /Photo by  
Rui Carvalho

Entendido como forma particular de viajar, voluntária e temporária, que organiza um calendário social, o turismo é um equivalente funcional e simbólico das instituições que conferiam significado à vida pré-secularizada; uma “viagem sagrada” que busca entretenimento e ou conhecimento em outros lugares, conforta sentidos de identidade e ou realiza estratégias de distinção (Graburn, 1978, citado em Smith, p. 17-33). É também uma prática social dinâmica, constituída e constituínte de reconfigurações dos contextos políticos e económicos, territoriais e tecnológicos, sociais e culturais. Pensar em um fenómeno turístico particular impõe, por isso, considerar flutuações entre representações, projetos e práticas mais amplos. Falar do Hotel de Santa Luzia também. O seu programa oitonoventista de vilegiatura para elites portuguesas e estrangeiras foi discursiva e materialmente nacionalizado pelo Estado Novo, acabando por integrar a rede Pousadas de Portugal, já em contexto democrático. No curso do tempo, os valores que foram o princípio da sua modernidade converteram-se em passado. As diferentes modalidades de pensar e fazer turismo no Hotel espacializam, assim, uma história do turismo português que confirma a natureza processual e até ambígua dos seus processos culturais e práticas sociais.

*Seen as a particular way of voluntary and temporary travelling which organizes a social calendar, tourism is a functional and symbolic equivalent of the institutions that conferred meaning to life before secularization; a “sacred journey” seeking entertainment and/or knowledge, soothing senses of identity and/or effecting strategies of distinction (Graburn, 1978, citado em Smith, p. 17-33). It is also a dynamic social practice, constituent of and composed by reconfigurations of different political, economic, territorial, technological, social and cultural contexts. Considering a particular tourism phenomenon therefore imposes a reflection on ampler fluctuations between representations, projects and practices. This also applies when talking about the Hotel de Santa Luzia. Its nineteenth century vacation programme for Portuguese and foreign elites was nationalized by the Estado Novo both in discourse and materialization, eventually integrating, once in a democratic context, the Pousadas de Portugal network. Over time, the values sparking off its modernity have become something of the past. Different ways of thinking and making tourism in the Hotel so spatialize a history of Portuguese tourism, confirming the processual and even ambiguous nature of its cultural and social practices.*

## UM PROJECTO DE TURISMO

Anunciado em 1900, o projecto para o Hotel de Santa Luzia estendia os melhoramentos urbanos da cidade de Viana ao Monte sobranceiro, com um programa de lazer moderno. Ao mesmo tempo que importava a estética cosmopolita das *Beaux-Arts*, o Hotel assinalava os valores naturais, arqueológicos e religiosos da paisagem idílica e do castro primordial de um lugar de peregrinação católica. Natureza e fé, cosmopolitismo e portugalidade, associavam-se deste modo na promoção de práticas secularizadas de vilegiatura, reconhecidos os benefícios civilizacionais do turismo pelo nacionalismo romântico e republicano fino-oitocentista. A relação íntima entre o turismo moderno e as transformações tecnológicas, económicas e sociais introduzidas pela Revolução Industrial explica o seu tardio desenvolvimento em Portugal. Certamente que as Cruzadas e as peregrinações, o veraneio sazonal de uma corte a banhos e as suas estadias estivais em quintas de recreio Renascentistas, foram antecedentes a considerar. Mas viajar por lazer para estadias temporárias em destinos extraordinários só se popularizou com o progresso dos transportes, o aumento dos rendimentos e dos tempos livres numa sociedade europeia social e intelectualmente reconfigurada pela industrialização.

Postal do Jardim das Tílias e Hotel de Santa Luzia com data manuscrita de 18/12/1911

Postcard of the Jardim das Tílias and the Hotel of Santa Luzia with a handwritten date of 18/12/1911



## A TOURISM PROJECT

Announced in 1900, the project for the Hotel de Santa Luzia extended the urban improvements of the city of Viana to the overlooking hill with a programme of modern leisure. While minding the cosmopolitan aesthetics of the *Beaux-Arts*, the Hotel made clear the natural, archaeological and religious values of the idyllic landscape and ancient hill fort linked on this place of Catholic pilgrimage. The late nineteenth century Romantic Nationalism and Republicanism recognized the civilizational benefits granted by tourism, thus associating nature and faith, cosmopolitanism and a sense of Portugueseness in promoting secularized vacationing practices. The intimate relationship between modern tourism and the technological, economic and social changes brought about by the Industrial Revolution explains its overdue development in Portugal. Surely we must consider the Crusades, the pilgrimages, the seasonal summers of a bathing court and their summer stays on Renaissance villas as antecedents. But travelling for leisure, for temporary spells in extraordinary destinations, only became popular with advances in transportation technologies, rising incomes, and an increase of free time in a European society socially and intellectually reconfigured by industrialization.

As jornadas educacionais do *Grand Tour* da aristocracia inglesa pelos principais centros renascentistas europeus e a secularização das práticas de saúde inspiraram a classe burguesa emergente dos processos de urbanização, industrialização e intelectualização do trabalho, à realização social de uma nostalgia romântica no capital conferido pela vilegiatura cultural, termal e pastoral das elites. Privadas do governo exclusivo do lazer, estas elites actualizaram práticas e distinções sociais, voltando-se para as estâncias balneares e de montanhas onde, sob o alibi da saúde, construíram Rivas luxuosas de jogo para a sociedade mundana<sup>1</sup>. Em Portugal oitocentista, todavia, viajar ainda esbarrava no subdesenvolvimento dos caminhos-de-ferro e das estradas; mantinha-se a tradição de uma vilegiatura terapêutica e religiosa que transpunha os limites das cidades para ir a banhos nas Caldas da Rainha, por exemplo, comparadas social e medicinalmente à Bath inglesa (Brito, 2003). Na periferia da Europa, o país não tinha lugar no *Grand Tour* e os poucos viajantes deixavam relatos nada elogiosos em livros de viagem que retratam as contrariedades de viandar por um país sem estruturas, alvoroçado por crises políticas e sociais, e emerso numa vida física e moralmente decadente (Chaves, 1977).

<sup>1</sup> Neste processo foi determinante a criação dos pacotes turísticos por Thomas Cook em 1841. Cf. (Sharpley, 1994)

*The Grand Tour, the educational journeys of the English aristocracy across the major European renaissance centres, and the secularization of health practices, inspired the bourgeois class emerging from the processes of urbanization, industrialization and intellectualization of labour, to socially realize a romantic nostalgia in the capital conferred by the elite's cultural, thermal and pastoral vacationing habits. Deprived of the exclusive dictation of leisure, these elites updated practices and social distinctions, veering to seaside and mountain resorts where, under the pretext of health, luxurious Rivas of gambling fit for mundane society were built<sup>1</sup>. However, travelling in nineteenth century Portugal was still riddled with the underdevelopment of railway and roads; and the tradition of therapeutic and religious holidays, transposing the city limits to go bathing in, e.g. Caldas da Rainha (socially and medically compared to the English Bath) (Brito, 2003), was kept up. Standing on the periphery of Europe, the country had no place in the Grand Tour and the few visitors left unflattering reports in travel books, portraying the setbacks of wandering through a country devoid of infrastructures, abuzz with political and social crises, and submerged in a physically and morally decadent life (Chaves, 1977).*

<sup>1</sup> The invention of package holidays, by Thomas Cook in 1841, was influential. Cf. (Sharpley, 1994)

Postal do Fachada Norte do Hotel no início do século XX

Postcard of the North facade of the hotel, in the early 19th century

A decadência nacional seria aliás discurso hegemónico ao longo do século XIX, com a independência do Brasil (1822) e o *Ultimatum* britânico (1890) a ameaçar uma identidade nacional vinculada à ideia de império. Sob a égide do liberalismo e do nacionalismo, as elites românticas construíram então uma ideia moderna de nação na justaposição política e cultural de uma consciência colectiva de raiz medieval e continuidade territorial do Estado (Sobral, 2002, p. 1093-1126). Intelectuais e artistas reviram a antiguidade e autenticidade de Portugal na glória da sua história monumental, na tradição da cultura popular e no lirismo da paisagem natural, inspirando a consciência patrimonial e a nostalgia da ruralidade da burguesia nacional (Leão, 2000). A vida urbana portuguesa, ansiosa por uma modernidade, era porém conduzida por uma cultura europeia progressista e republicana. E esta ambivalência referencial entre nacionalismo e cosmopolitismo refletia-se nos planos políticos e sociais, configurando as práticas, a promoção e a institucionalização do turismo português na viragem para o século XX.



The national decline would indeed become a hegemonic discourse throughout the nineteenth century, with the independence of Brazil (1822) and the British Ultimatum (1890) threatening a national identity bounded to the idea of Empire. Under the auspices of liberalism and nationalism, the romantic elites then developed a modern idea of nation in the political and cultural juxtaposition of a collective consciousness rooted in the mediaeval age and the territorial continuity of the State (Sobral, 2002, p. 1093-1126). Intellectuals and artists alike reread the antiquity and authenticity of Portugal in the glory of its monumental history, the tradition of its popular culture and in the lyricism of the natural landscape, thereby inspiring the national bourgeoisie's heritage awareness and nostalgia for rurality (Leal, 2000). Still and all, despite lingering for modernity, Portuguese urban life was driven by a European Progressive and Republican culture. This referential ambivalence between nationalism and cosmopolitanism was reflected in the political and social policies, shaping the practices, the promotion and the institutionalization of Portuguese tourism at the turn into the twentieth century.



Em fim-de-século, o projecto político e social da Regeneração (1851) já se fazia sentir na inauguração da rede nacional de caminhos-de-ferro (1856) e na implementação dos planos gerais de melhoramentos urbanos (1864). As conquistas tecnológicas instruíam a construção de novos equipamentos cujos programas arquitectónicos ecoavam as preocupações públicas com o higienismo e a saúde, a educação e o lazer, mas também a participação da burguesia na moderna construção de cidade, antes controlada pelo Estado e Igreja (Silva, 2006, p. 11-29). Surgem, neste contexto, iniciativas embrionárias de organização turística, como a comissão local de promoção da estância do Gerês (1884) ou a Associação da Classe dos Proprietários de Hotéis e de Restauração (1891); e, com maior visibilidade, edificam-se os grandes hotéis Palace, testemunhos da ascendência do modelo privado e cosmopolita de turismo da Europa na evocação estética das Beaux-Arts e na fixação dos estilos de vida das elites mundanas. Contrariando a sua tendência, todavia, o turismo português mantinha-se repartido entre termalismo e estâncias balneares, montanhas bucólicas e praias de jogo (Brito, 2003). A urbanização do litoral confirma que, em Portugal, mais que uma modalidade de vilegiatura, foi a geografia do turismo que conduziu as estratégias de distinção social dos seus atores (Lobo, 2012). As diferenças entre Póvoa de Varzim e Granja, ou Pedrouços e Cascais, são esclarecedoras e evidenciam a importância da acessibilidade física dos destinos na ressocialização dos habitus de classe em práticas de lazer.

*At the end of the eighteenth century, the social and political project of the Regeneração (1851) was already being made felt with the inauguration of the national railway network (1856), and the general plans for urban improvement (1864). Technological accomplishments instructed on the construction of new infrastructures whose architectural programmes echoed the public concerns with hygiene, health, education and leisure, but also the bourgeoisie's involvement in building the modern city, formerly masterminded by the State and Church (Silva, 2006, p. 11-29). In this context, embryonic initiatives of touristic organization arose, such as the local committee promoting the Gerês resort (1884), or the Association of Hotel Owners and Caterers (1891). With greater visibility and testifying to the ascendancy of the European private and cosmopolitan tourism model, the big Palace hotels were then erected, aesthetically evocating the Beaux-Arts and instituting the lifestyle of the urban elites. Still, Portuguese tourism remained divided between thermalism and seaside resorts, bucolic mountains and gambling beaches (Brito, 2003). In Portugal, other than the type of holidays enjoyed, the coast's urbanization confirms that the strategies of social distinction between actors was steered by the geography of tourism (Lobo, 2012). The differences between Póvoa de Varzim and Granja, or Pedrouços and Cascais, are enlightening in showing the importance of the destination's physical accessibility in the resocialization of class habitus in leisure practices.*

Fotografia do Hotel  
captada a partir do Jardim  
das Tílias no início  
do século XX

Photograph of the hotel  
taken from the Jardim das  
Tílias, in the early 20th  
century



Com o início de novecentos, o turismo formalizou-se instituição moderna repensada no contexto nacional. Inspirada nos Touring Club europeus, a Sociedade Propaganda de Portugal foi fundada com vista ao “desenvolvimento intelectual, moral e material do país” por via da divulgação das suas riquezas históricas, pitorescas e naturais (1906) (Sociedade Propaganda de Portugal, 1906). Pretendia-se criar um produto turístico português, para o efeito promovendo-se excursões, publicando-se itinerários e orientações pragmáticas nas redes de equipamentos e transportes nacionais. O aparecimento do Automóvel Clube Português (1903) e dos primeiros guias de estradas (1905) e de viagens (1907) portugueses animaram a vilegiatura pela nação musealizada nas rotas por monumentos históricos, tradições rurais e paisagens naturais (Cardoso, 2004). Estes itinerários não confortavam apenas as ansiedades identitárias de uma burguesia urbana romântica; exportavam também uma imagem de nação com que a SPP contraditava o mau nome criado por um país consumido pelas crises monárquica e republicana, nomeadamente através da participação em congressos e redes internacionais (1909, 1911).

*At the dawn of the twentieth century, tourism formalized itself into a modern institution rethought within the national context. Inspired by the European Touring Clubs, the Touring Club of Portugal (SPP) was founded having in view the “intellectual, moral and material development of the country” through the dissemination of its historical, picturesque and natural wealth (1906) (Sociedade Propaganda de Portugal, 1906). Aiming to create a Portuguese tourism product, tours were promoted, and itineraries and pragmatic guidelines on road and transportations networks were published. The appearance of the Portuguese Automobile Club (1903) and the first Portuguese road (1905) and travel guides (1907) enlivened domestic vacationing in a nation musealized by routes running by historical monuments, rural traditions and natural landscapes (Cardoso, 2004). These itineraries not only appeased the identity anxieties of a romantic urban bourgeoisie; they also disseminated a national image, namely through participation in international conferences and networks (1909, 1911), with which the SPP challenged the ill reputation spawned by a country consumed by the monarchical and republican crises.*



—  
Construção do Hotel.  
Fotografia de cerca de 1900.

—  
Construction of the hotel.  
Photo from around 1900s.

154

Com a instauração da República parlamentar, o Estado chamou a si a responsabilidade sobre o turismo, criando-lhe uma Repartição (1911) e mesmo regulando a obrigatoriedade do descanso semanal que popularizou as excursões de um dia. No entanto, os esforços da SPP na formação hoteleira (1909), na publicação de guias temáticos (1911, 1916, 1918), na promoção dos destinos do Estoril (1914) e Fátima (1917), e na proposta de equipamentos (1917) são sugestivos da promiscuidade e amadorismo institucional do turismo em início do século (Pina, 1988). Os desenvolvimentos acabariam re-freados pela I Guerra Mundial e sequente crise económica, até ao golpe de Estado em Portugal, em 1926.

*With the establishment of the Parliamentary Republic, the State took upon itself the responsibility for tourism, ascribing it a Department (1911), and even legislating about the compulsory weekly rest that came to popularize day trips. Nonetheless, the efforts the SPP brought forth into hotel training (1909), publishing thematic guides (1911, 1916, 1918), promoting Estoril (1914) and Fátima (1917) as destinations, and hotel ventures (1917), are suggestive of the promiscuity and institutional amateurism of early-century tourism (Pina, 1988). All advances were eventually restrained by the First World War and subsequent economic crisis until the Portuguese coup d'état of 1926.*

Hotel de Santa Luzia  
no início do século XX

Hotel de Santa Luzia,  
in the early 20th century

Entre estes tempos de emergência e desânimo turístico, o Hotel de Santa Luzia foi projectado (1900), construído e abandonado (1900-1903), reabilitado e inaugurado (1918-1921)<sup>2</sup>. Desde meados de oitocentos que o município e a sociedade da cidade comercial de Viana mobilizavam os instrumentos nacionais num ímpeto de modernização. Implementou-se o plano de melhoramentos urbanos (1848), criaram-se conexões telegráficas (1857-64) e rodoviárias (1854-1917), e inaugurou-se a via-férrea (1878) (Fernandes, 1995). Foi neste contexto que o Capitão Luís de Andrade e Sousa, futuro Governador Civil da cidade, arrebatado pela paisagem do Monte de Santa Luzia, cuja devoção lhe restituíra a vista, se propôs erguer um Templo à santa, para o efeito fundado a confraria homónima (1884).



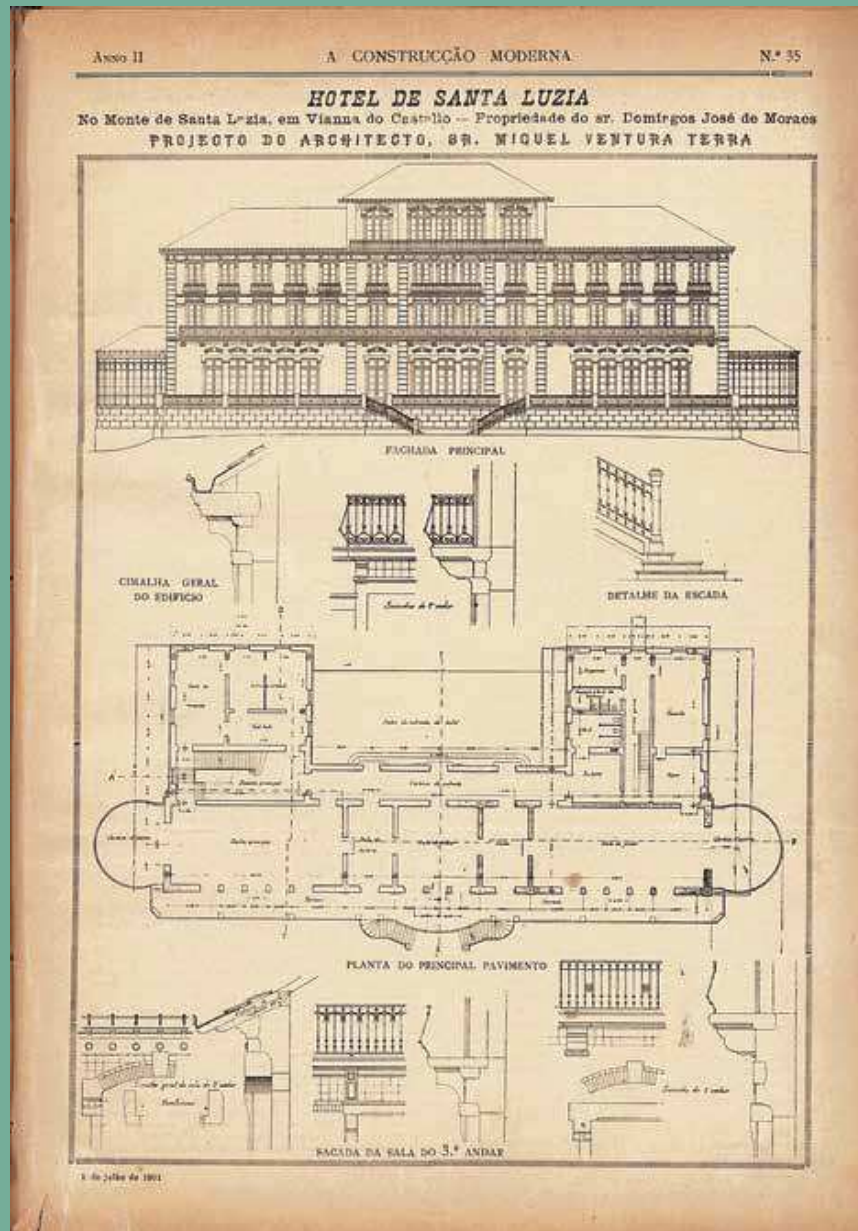
<sup>2</sup> Agradece-se a Margarida Elias pela disponibilização de materiais e de informação sobre o projecto do Hotel de Santa Luzia coligida no âmbito da comunicação "Móveis modernos - A actividade da Comissão para aquisição de mobiliário - 1940-1980 - o caso do Hotel de Santa Luzia e do Hotel Palácio de Seteais (1953-1955)", apresentada no IV Colóquio de Artes Decorativas (2012) organizado pela Escola Superior de Artes Decorativas.

*In between those times of emergency and touristic waning, the Hotel de Santa Luzia was designed (1900), built and abandoned (1900-1903), and rehabilitated and open to the public (1918-1921)<sup>2</sup>. The municipality of Viana and its commercial society had been since the 1800s mobilizing national instruments in a rush of modernization. An urban improvement plan was implemented (1848), telegraph (1857-64) and road (1854-1917) connections were completed, and a railroad link was inaugurated (1878) (Fernandes, 1995). This was the background on which Captain Luís de Andrade e Sousa, a future Civil Governor of Viana do Castelo whose devotion to Saint Lucy had restored his sight, planned to erect a Temple consecrated to the Patroness of Sight - to that end establishing the Brotherhood of Santa Luzia (1884) -, beguiled as he was by the landscape of her namesake Hill.*

<sup>2</sup> We are grateful to Margarida Elias for sharing material and informations concerning the project for the Hotel de Santa Luzia, compiled for the presentation "Móveis modernos - A actividade da Comissão para aquisição de mobiliário - 1940-1980 - o caso do Hotel de Santa Luzia e do Hotel Palácio de Seteais (1953-1955)", as presented during the IV Colóquio de Artes Decorativas (2012) held by the Escola Superior de Artes Decorativas.

Em 1893, o projeto alarga-se à construção de uma estância de peregrinação religiosa, com a criação de uma comissão de melhoramentos. Junta-se ao empreendimento Domingos José de Moraes, benemérito da cidade, com um projecto de hotel para acolhimento dos visitantes, desenhado pelo mesmo arquitecto do santuário – Miguel Ventura Terra (1900). A morte de Moraes adiou a inauguração da obra e só em 1918, quando revista a Lei de Separação do Estado das Igrejas (1911), o capitalista portuense Bernardo Pinto Abrunhosa lhe deu fim com compra e reabilitação do Hotel, tornado mais acessível com os avanços tecnológicos de um funicular (1923)(Marques, 2011). Inaugurado em 1921, o edifício cumpria um programa funcional moderno nos materiais, dimensão e diversificação dos espaços sociais. Afastando estéticas revivalistas mais nacionalistas, o Hotel respondia ao gosto cosmopolita com uma sobriedade neoclássica animada por artifícios volumétricos e formais que criaram espaços interiores diferenciados e valorizaram a paisagem com transparências amplas e estereotomizadas. Concessionado a hoteleiros da cidade, o Hotel tornou-se na “sala de visitas de Viana”, que aspirava à regulação como zona de jogo, legalizado em 1927, mas viu frustradas as expectativas, a favor da Póvoa (1928). Logo em 1920, todavia, já a imprensa apelava à SPP e à Repartição de Turismo o impedimento de mais uma “hospedaria grotesca” que, sem condições de conforto e higiene modernos, exalava luxuosidade (Revista de Turismo, 1920, p. 100).

*In 1893, with the creation of an improvements committee, the project elongates to the construction of a religious pilgrimage resort. José Domingos de Moraes, benefactor of the city, joins the venture with a hotel project also designed by the sanctuary’s architect-Miguel Ventura Terra (1900). The death of Moraes postponed the inauguration of the edifice, which eventually took place in 1918 when the Law on the separation of Church and State (1911) was revised, enabling the capitalist Bernardo Pinto Abrunhosa from Porto to purchase and rehabilitate the Hotel, meanwhile made more accessible with the technological progress bought forth by a funicular railway (1923) (Marques, 2011). Inaugurated in 1921, the building fulfilled a modern functional programme in its scale, materials and diversification of social spaces. Washing away any nationalist aesthetic revivals, the Hotel replied to cosmopolitan taste with a neoclassical sobriety invigorated by volumetric and formal devices which created differentiated internal spaces and valued the landscape with large transparencies. Leased to local hoteliers, the Hotel became “Viana’s living room”, and, ever since gambling had been legalized in 1927, it aspired to become a gaming area, eventually having its expectations thwarted in favour of Póvoa de Varzim (1928). But as early as the 1920s, the press was calling forth the SPP and the Department of Tourism to bar yet another “grotesque inn” which, while lacking in modern comfort and hygiene conditions, exuded luxuriousness (Revista de Turismo, 1920, p. 100).*



—  
Edição de 1 de Julho  
de 1901 de "A Construção  
Moderna".

—  
Edition of July 1, 1901 of the  
"Construção Moderna"

ANNO II-1 DE JULHO DE 1901 - N.º 35

## SUMMARIO

Hotel de Santa Luzia, no monte de Santa Luzia, em Vianna do Castello, propriedade do sr. Domingos José de Moraes, projecto do architecto, sr. Miguel Ventura Terra — Saneamento das povoações: o bairro, pelo engenheiro, sr. C. C. — Alguns cálculos de construcções de cimento armado, pelo engenheiro, sr. Meilo de Moraes — Trampas com cabos aereos — Conserção dos empelramentos nas estradas — A nomenclatura, pelo sr. Hayden — Amarração de bolas — Tubos de chumbo armado — Chumbadores de ferro — Theatros, pelo architecto, sr. Francisco Carlos Parente — Pedidos de auctorização para construir e reconstruir em Lisboa — Expediente — Arrematações no pal.

## HOTEL DE SANTA LUZIA

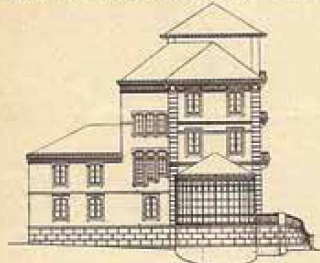
NO MONTE DE SANTA LUZIA, EM VIANNA DO CASTELLO

Propriedade do sr. Domingos José de Moraes

Projecto da architecta, sr. Miguel Ventura Terra

Assente sobre a montanha de Santa Luzia, de onde se goza um dos pontos de vista mais deslumbrantes do mundo, a grandiosa construcção de que hoje damos os desenhos, e de que é proprietario o bem conhecido e conceituado commerciante de cereaça, sr. Domingos José de Moraes, de Lisboa, foi mandada erigir pelo mesmo senhor, com o intuito de dotar a pittoresca cidade de Vianna do Castello, com mais um melhoramento importante, entre muitos que já possui e outros que estão em via de realisação, sendo um dos principaes, sempre por iniciativa do sr. Domingos José de Moraes, o tornar a cidade uma estancia balnear, rival das melhores do estrangeiro, para o que se vai construir uma praia de banhos do typo da de Biarritz.

Tratando ainda do ponto onde assenta o edificio, em adiantado estado de construcção, diremos



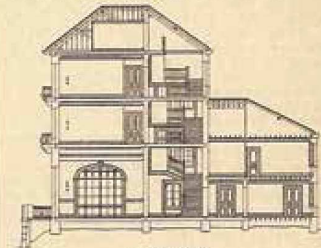
FACHADA LATERAL

que a bella estancia é toda arborizada, com parques, grande quantidade de agua, lagos, etc., com muitas e faciles vias de communicação, e, em breve terá uma escadaria monumental, com cerca de 50 metros de largo, e elevadores, por tracção electrica, que, no que ouvimos, o sr. Domingos José de Moraes, pensa em mandar construir.

Vai construir-se na montanha de Santa Luzia, uma importante e vasta cathedra, tambem projecto do distincto architecto sr. Ventura Terra, templo que será dedicado ao Coração de Jesus.

A grandiosa base corresponde, pois, ao grandioso edificio de que nos estamos occupando, e de que apenas damos a planta principal, pois que as restantes são apenas dos pavimentos dos quartos, toilettes, casas de banho, W. C. e outras dependencias, menos importantes.

Tem cinco pavimentos, incluindo as caves. No ultimo pavimento existe uma esplendida sala de jantar de onde se disfructa o mais soberbo e phantastico panorama de todo o Alto Minho.



CORTE EM C/D

A construcção que está actualmente a receber a cobertura, foi começada em 22 de julho de 1900 e deve ficar concluida em janeiro do proximo anno.

A empreitada foi tomada pelos conceituados empreiteiros de Vianna, os srs. Antonio Affonso Vitor, Antonio José Vieira da Silva e Raphael Ennes Baganho & F.ª, pela quantia de 32000\$000 réis, não comprehendidos os jardins de inverno nem as persianas de typo puramente moderno que ali são applicadas em todos os vãos de janellas.

A frente da edificação tem 60 metros e 25 de fundo.

Fiscalisa as obras, mensalmente, o architecto, sr. Ventura Terra, tendo além d'isso ali o seu representante fiscal, o architecto, sr. Magalhães Moutinho.

Graças á seriedade e reconhecida competencia com que os empreiteiros tem procedido á construcção, tem sido esta feita nas melhores condições possiveis.

## SANEAMENTO DAS POVOAÇÕES

(Continuação de n.º 34)

## O bairro

Com a vassoura n'uma das mãos e a pá na outra, varrem com aquella tres quartos de lixo das ruas e deixam caber um quarto do que spanham, quando lançem as varredoras no camion.

Isto pelo que respecta ás fexas de rolagem, porque enquanto nos passeios a limpeza é ainda mais de passagem, e o socco das habitações aonde se accumulam detritos de anno para anno pela lama que se precipita e deposita nas paredes, nunca lhe chega a vassoura municipal. Estes depositos são sobremancia notaveis nas ruas estreitas em que a lama levantada pelas patas dos animaes e rodas dos vehiculos se depõem sobre as paredes dos predios confinantes.

Nas ruelas e povoações em que se permite



—  
"Visita do General Miguel  
Primo de Rivera ao Hotel  
de Santa Luzia  
(c.final dos anos 20)"

—  
"Visit of the General Miguel  
Primo de Rivera to the Hotel  
de Santa Luzia  
(late twenties)"



## NACIONALIZAÇÃO DAS PRÁTICAS E INDÚSTRIA TURÍSTICAS

— Projecto de ampliação do Hotel na década de 1970 da autoria do Arq. Jorge Segurado.

— Expansion project of the hotel in the 1970s, by Architect Jorge Segurado.

Fonte /Source  
Arquivo Distrital  
de Viana do Castelo

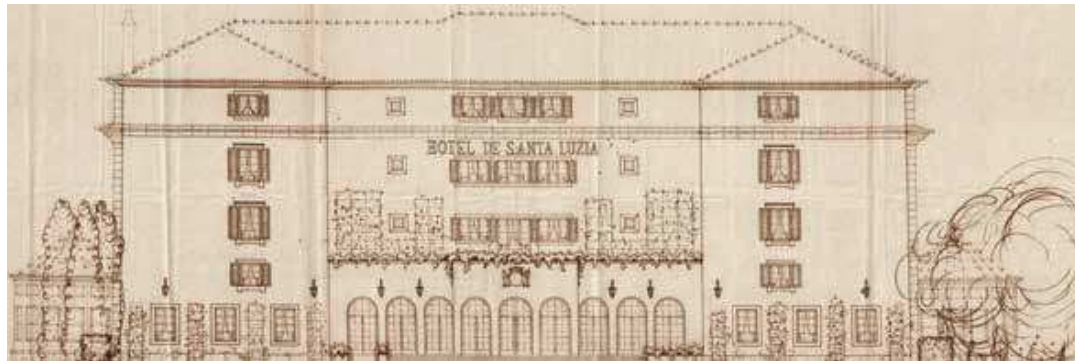
— Fachada Sul do edifício do Hotel na segunda metade do século XX.

— South facade of the hotel building in the second half of the 20th century

Com efeito, em 1946, o Estado nacionalizou e fechou o Hotel de Santa Luzia para obras que harmonizassem “uma das mais importantes estâncias nacionais” com o programa oficial de turismo (Decreto-Lei 36/055). Só voltaria a abrir em 1955. Sob alçada das Obras Públicas, o projeto foi adjudicado a Jorge Segurado, já responsável pelo plano da Colónia Balnear da Praia do Cabedelo (1934, 1947, 1952) que, dirigido à nova burguesia, conjugava urbanidade e ruralidade num plano racional e formalista próximo ao modelo da cidade-jardim (Galvão, 2003). Para o Hotel “de feição francesa”, o arquitecto procurava a “sóbria dignidade” da “singela expressão portuguesa que bem se casasse com o ambiente”, “em que o antigo tradicional e o moderno nas partes indispensáveis dessem o braço sem prejuízo funcional” (Segurado, 1955).

## NATIONALIZING THE TOURISM INDUSTRY AND ITS PRACTICES

Accordingly, the State nationalized and closed the Hotel de Santa Luzia in 1946 for renovation works, aiming to harmonize “one of the most important national resorts” with the official tourism programme (Decreto-Lei 36/055). It would only reopen again in 1955. Under the purview of the Ministry of Public Works, the project was awarded to Jorge Segurado, already responsible for the Beach Town in Praia do Cabedelo (1934, 1947, 1952), a project conceived for the new bourgeoisie, conjugating urbanity and rurality in a rational and formalistic plan similar to the model proposed by the garden city movement (Galvão, 2003). For the Hotel “of French features”, the architect sought the “sober dignity” of a “simple Portuguese expression that would merge well with the environment”, “where the old traditional and the indispensable modern commodities would embrace shorn of any functional impairment” (Segurado, 1955).





Publicidade ao Hotel de Santa Luzia. Arquivo de Viana do Castelo, 1932 e Roteiro de Viana, 1962.

Publicity to the Hotel de Santa Luzia, archives of Viana do Castelo, 1932 and Roteiro de Viana, 1962.

162



Preocupado com a falta de condições de higiene, a distribuição irracional dos usos e o desenraizamento estético do edifício, Segurado redistribuiu espaços num zonamento funcional moderno e suavizou as referências às *Beaux Arts*. Nos interiores, o arquiteto chamou os “bons nomes de Artes Plásticas portuguesas, a par da nota regional” “sem pretensões de estilo ou de antiguidade”, juntando cultura vianense, artesãos modernos e mobiliário clássico (Segurado, 1955). O projeto do Hotel acomodava, assim, a disciplina económica da Comissão para Aquisição de Mobiliário das Obras Públicas, o sentido de nacionalidade que conduzia a acção do Secretariado da Propaganda Nacional do Estado Novo, e o subtexto moderno imposto pela ordem política, económica, social e cultural do fim da II Guerra Mundial. Compreendê-lo implica por isso considerar o conservadorismo e a “modernidade possível” da política estado-novista<sup>3</sup>.

Concerned about the lack of hygiene, the irrational distribution of facilities and the aesthetic displacing of the building, Segurado redistributed spaces in a modern and functional zoning, softening references to the *Beaux Arts*. For the hotel interiors the architect summoned the “worthy names of Portuguese Fine Arts, along with a regional note” “without affectations of style or antiqueness”, mingling the local culture with classic furnishings and modern craftsmen (Segurado, 1955). Consequently, the hotel design accommodated the economic discipline of the Public Works Commission for Furniture Acquisition, the sense of nationhood commanding the action of the Estado Novo’s Secretariat of National Propaganda, and the modern subtext imposed by the political, economic, social and cultural order at the end of World War II. Understanding the hotel thus requires the consideration of the conservatism and the “possible modernity” of Estado Novo’s policies<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Tomando o termo de empréstimo a Francisco Martinho (2008), “Marcello Caetano e a modernidade possível no Estado Novo português”, (Rolland & Filho, p. 239-259).

<sup>3</sup> Quoting the expression used by Francisco Martinho (2008), “Marcello Caetano e a modernidade possível no Estado Novo português”, (Rolland & Filho, p. 239-259).

Quando o Estado Novo assumiu a missão do ressurgimento material e moral da nação (1933), a construção romântica da identidade nacional foi formalizada pelo nacionalismo oficial e espacializada pelas suas instituições numa objectificação da tradição e da história como metáforas visuais da antiguidade e continuidade da nação e povo portugueses. O passado foi selecionado e esteticizado por artistas e intelectuais num repertório simbólico cujo consumo prometia o reaportuguesamento da vida portuguesa (Alves, 2013). Para trás ficava o gosto cosmopolita do início do século. Neste política cultural, o turismo era um veículo ideológico de propaganda nacional, explicando a superintendência pelo Secretariado da Propaganda Nacional (1940) e sua reconfiguração como Secretariado Nacional da Informação, Cultura Popular e Turismo (1944). Como uma “agência de marketing”, os seus produtos identificavam os traços de uma identidade portuguesa que se queria configurarem os sentidos de inclusão e distinção nacional (Löfgren, 1989, p. 5-24). Os destinos turísticos mapeavam, assim, uma geografia nacional convertida em “paisagens simbólicas” consumidas como signos de portugalidade (Edensor, 2002).

*When the Estado Novo assumed as its mission the nation's material and moral resurgence (1933), the national identity's romantic construction was formalized by the official nationalism and spatialized by its institutions into an objectification of tradition and history as visual metaphors for the antiquity and continuity of the Portuguese people and their nation. The past was picked out and aestheticized by artists and intellectuals into a symbolic repertoire whose consumption promised the nationalization of Portuguese life (Alves, 2013). The cosmopolitan tastes of the early century were left behind. This cultural policy regarded tourism as an ideological vehicle for national propaganda, clarifying its oversight by the Secretariat of National Propaganda (1940) and its reconfiguration as the National Secretariat for Information, Popular Culture and Tourism (1944). As a “marketing agency”, its products acknowledged the traces of a Portuguese identity intended to shape the senses of inclusion and national distinction (Löfgren, 1989, p. 5-24). Tourist destinations thus mapped a national geography converted into “symbolic landscapes”, engaged as signs of “portugueseness” (Edensor, 2002).*

Cumprindo a diferença que se impunha ao turismo como marketing da nação, o Secretariado propunha o pitoresco tradicional do folclore e artesanato nacionais como alternativa cultural às práticas de consumo cosmopolitas europeias (Ferro, 1949). Foi neste quadro que se pensaram as Casas de Portugal no estrangeiro (1930), o Concurso da Aldeia mais Portuguesa de Portugal (1938) e a Panorama: Revista Portuguesa de Arte e Turismo (1941-1974), entre outras iniciativas.

No entanto, a roupagem nacionalista do turismo como marketing da nação não foi um fenómeno exclusivamente português, e os propósitos ideológicos e as conjunturas tecnológicas e sociais da actividade turística são difíceis de destrinçar, se não utópicos. A crescente atracção das praias e campos nos anos 1930, face às termas e centros urbanos, por exemplo, reflete uma ressocialização ideológica das práticas de lazer na ruralidade, mas também manifesta o lugar do ar livre nas concepções de bem-estar e na indústria de saúde modernas. A promoção oficial do campismo foi uma expressão paradigmática. O excursionismo, por seu lado, pode ser explicável no desenvolvimento dos transportes, simbolicamente assinalados pela criação da Junta Autónoma das Estradas (1927).

*Building up the distinctiveness imposed upon tourism as national marketing, the Secretariado proposed the folklore's picturesque traditionalism and national crafts as a cultural alternative to the European cosmopolitan practices of consumption (Ferro, 1949). Among other initiatives, this was the framework that established the overseas dissemination of Casas de Portugal (1930), the Aldeia Mais Portuguesa de Portugal competition (1938) and the Panorama: Revista Portuguesa de Arte e Turismo (1941-1974).*

*Still, encouraging a sartorially nationalistic tourism as a nation's marketing tool was not an exclusively Portuguese phenomenon, and it is difficult, if not utopian, to disentangle the ideological purposes from the technological and social conjunctures of touristic activity. For example, the growing lure of beaches and countryside during the 1930s to the detriment of thermal resorts and urban centres, reflects an ideological resocialization of vacationing practices in rural areas, but also expresses the outdoors' status on the modern conceptions of wellbeing and health industry. The government sponsored promotion of camping was a paradigmatic expression. Hiking, on the other hand, can be explained by the development of transportation, symbolically marked by the creation of the Portuguese Road Authority (1927).*



— Espaços interiores  
do Hotel

— Interior spaces of the hotel

Mas a sua institucionalização por organismos como a Federação para a Alegria no Trabalho (1935) é sugestiva da subalternização da sua concepção como actividade social moderna face ao papel de regulador ideológico das práticas culturais. Os equipamentos turísticos existentes eram, neste projeto, formal e funcionalmente desadequados. Os hotéis Palace, em particular, exibiam modelos estéticos e programas sociais desactualizados da vida cultural e económica nacional. Também aqui era preciso renacionalizar o turismo, os casos da Cartilha da Hospedagem Portuguesa (1941) e da rede de Pousadas regionais (1940) sendo emblemáticos da amplitude dos processos de objectificação da cultura popular, desde a espacialização de signos de portugalidade na arquitectura e decoração, até à educação da hospitalidade e gastronomia na ideia de domesticidade rural do povo português (Prista, 2011).

*However, even though conceived as a modern social activity, its institutionalization by bodies such as the National Federation for Joy at Work (1935), suggests its subordination to the ideological role of cultural practices regulator. The existing tourism infrastructures were, formally and functionally, inadequate for this scheme. The Palace hotels, in particular, exhibited outdated aesthetic models and social programmes unadjusted to the contemporary national cultural and economic life. There was, even here, a need for renationalizing tourism, being the Portuguese Charter of the Hostelry (1941) and the network of regional Pousadas (1940) representative of the breadth of processes of popular culture objectification, from the spatialization of national signs into architecture and decoration, to the education of hospitality and gastronomy into the idea of popular Portuguese rural domesticity (Prista, 2011).*

COMANDADAS POR DECIUS JUNIUS BRUTUS, AS HOSTES ROMANAS Atingiram a margem  
te o lendário rio Letes, que apagava todas as lembranças da memória de quem  
estandarte das Águias de Roma, o comandante chamou, da outra margem, a cada



ESQUEDA DO LIMA NO ANO 135 AC. A BELEZA DO LUGAR AS FEZ JULGAREMSE PERAN  
1 O ATRAVESSASSE OS SOLDADOS NEGARAMSE A ATRAVESSALO. ENTAO, EMPUNHANDO O  
SOLDADO PELO SEU NOME. ASSIM LHES PROVOU NAO SER ESSE O RIO DO ESQUECIMENTO.





— Tapeçaria alusiva à chegada das tropas romanas ao Rio Lima. Almada Negreiros, 1957. (Pág. anterior)

— Tapestry allusive to the arrival of the Roman troops to Rio Lima. Almada Negreiros, 1957 (Previous page)

Fotografia de /Photo by Arménio Belo

Com o fim da II Guerra Mundial, no entanto, este modelo nacional e nacionalizante do turismo português alterou-se. A nova ordem política, económica e social europeia forçou o Estado Novo a uma moderação ideológica e modernização estrutural. A industrialização dos campos enfraqueceu a retórica ruralista da nação; os melhoramentos infraestruturais facilitaram a circulação de pessoas, bens e ideias; e a abertura do país tornou-o permeável a práticas, pensamentos e tecnologias modernas. Afastando-se da propaganda, o turismo emancipou-se da viagem e iniciou um processo de profissionalização com a homologação de estatutos (1952), leis hoteleiras (1954), fundos (1956), regiões turísticas (1956) e escolas (1957), que evidenciou o problema hoteleiro português (Pina, 1988). Foi neste contexto que Viana do Castelo capitalizou o seu “empório comercial” na construção de um “centro de turismo” (Comissão Municipal de Turismo, 1947) e o Hotel de Santa Luzia foi ampliado e remodelado, nacionalizado e concessionado aos estaleiros locais. O processo da produção da tapeçaria de Portalegre para o seu salão (1954-57) é representativo da recontextualização do projeto turístico oficial: Almada Negreiros e a chegada das tropas romanas ao rio Lima substituindo Carlos Botelho e a faina marítima como autor e narrativa de uma peça de arte e decoração ainda nacionalista, mas mais moderna e histórica que ruralista (Elias, 2012).

*Nevertheless, with the end of World War II, this national and nationalizing model for Portuguese tourism transformed. The new political, economic and social order of Europe pressured the Estado Novo into an ideological self-restraint and structural modernization. The countryside's industrialization weakened the national rural rhetoric; the movement of personnel, goods and ideas was expedited by means of infrastructural improvements; accordingly, this greater distension permeated Portugal to modern practices, thoughts and technologies. Moving away from propaganda, tourism emancipated and initiated a process of professionalization with the ratification of statutes (1952), industry laws (1954), funding and grants (1956), tourism regions (1956) and hostelry schools (1957), uncovering the Portuguese hotelier problem (Pina, 1988). This was the setting in which Viana do Castelo capitalized its “commercial emporium” in creating a “tourism centre” (Comissão Municipal de Turismo, 1947), and a nationalized Hotel de Santa Luzia was extended, refurbished and leased to local managers. Representative of the reconceptualization of the official touristic scheme, the Portalegre tapestry manufactured for its salon (1954-57) substitutes both author and narrative, replacing Carlos Botelho and his labours of fishery with Almada Negreiros and his Roman troops arriving to the Lima River, in a still nationalist work of art and decoration, yet more modern and historical than rural (Elias, 2012).*

## DE HOTEL A POUSADA DE PORTUGAL

O Hotel de Santa Luzia na atualidade

The Hotel de Santa Luzia nowadays

Fotografia de / Photo by Rui Carvalho

Em meados do século XX, o turismo tornou-se debate na Assembleia da República e foi incluído nos planos de fomento nacionais (1965), acabando por adquirir uma Secretaria própria (1968). A reestruturação da Europa, a democratização da automóvel e o aparecimento dos voos charter, o optimismo económico e os benefícios sociais do trabalho, traduziram-se num aumento da procura turística de sol e praia, popularizada desde a chegada dos americanos à Riviera francesa entre as guerras como sinal de estatuto e saúde (Sharpley, 1994), mas em Portugal acanhada pela censura à imoralidade dos costumes estrangeiros. Descolonizados os destinos exóticos, Portugal torna-se um lugar apetecível; com o patrocínio da aviação nacional (1944), o país torna-se mais acessível. No entanto, o início da guerra colonial (1961) e a crise política do regime, a reconfiguração social da emigração e os efeitos económicos da desertificação dos campos, entre outros factores, incapacitavam o Estado de uma aposta real no turismo.



## FROM HOTEL TO POUSADA DE PORTUGAL

*Around the mid-twentieth century, tourism became a topic of debate in the Assembly of the Republic, being included in the National Development Plans (1965), and eventually securing its own Secretariat (1968). The restructuring of Europe, the democratization of the automobile, the advent of charter flights, the economic optimism and the social benefits of labour, were mirrored in an increased demand for seaside tourism, popularized as a sign of status and health since the Americans had first arrived to the French Riviera during the interwar period (Sharpley, 1994), but, in Portugal, made wary by the censorship of foreign customs' immorality. Once the exotic destinations had been decolonized, Portugal became an attractive destination; sponsored by the national aviation industry (1944), it became increasingly accessible. Nevertheless, with the outbreak of the colonial war (1961), the political crisis within the regime, the social reconfigurations resulting from emigration, and the economic effects of the countryside's desertification, among other factors, the State was incapacitated to wage any real stake in tourism.*

Hotel de Santa Luzia  
no início do século XX

Hotel de Santa Luzia,  
in the early 20th century



À crescente procura responde o capitalismo emergente, com a multiplicação e diversificação de produtos e destinos para todos os grupos sociais e económicos. Surgem piscinas e boîtes, albergues de juventude e aldeamentos para famílias, e com eles um leque amplo de soluções arquitectónicas e estéticas, modernistas e tradicionalistas, que convidam aos diferentes gostos. Até o Estado renova as suas predilecções estéticas e funcionais nas Obras Públicas, mostram-no os estudos para o Hotel de Santa Luzia, ainda que rejeitados (Elias, 2012). Considerada a década de ouro do turismo português, os anos 1960 inaugurariam então a discussão pública sobre os prejuízos e benefícios do turismo de massas e de qualidade. Ainda tímido, o debate intelectualizar-se-ia mais tarde com os estudos do turismo e as propostas de tipificação das suas práticas e destinos, a análise dos seus impactos ambientais e a discussão sobre o carácter neoimperial da sua indústria, a problematização da mercadorização da cultura como destruição de modos de vida locais e a preocupação com a autenticidade da cultura nacional (Smith, 1978).

*This surge in demand was met by an emerging capitalism, by a multiplication and diversification of products and destinations fit for all social and economic groups. Pools, night-clubs, youth hostels and family resorts sprout up, along with a wide plethora of architectural and aesthetic solutions, either modern or vernacular, catering to different tastes. The State likewise reformulated its aesthetic and functional predilections in public works, as shown in rejected designs destined for the Hotel de Santa Luzia (Elias, 2012). Considered the golden decade of Portuguese tourism, the 1960s had premiered public discussion about quality and the ills and benefits of mass tourism. Though shy, the debate was later intellectualized with tourism studies and its proposals concerning the typifying of its practices and destinations, the analysis of its environmental impact, the discussion about its neo-imperial nature and the commodification of culture's role in destroying local lifestyles, and a concern for the authenticity of national culture (Smith, 1978).*

Após a revolução de 1974, ainda que atarefado com os processos de democratização da vida política e nacionalização da vida económica, o Estado defendeu um turismo nacional de qualidade e diversidade que tinha na rede de Pousadas uma imagem de marca. Promoveu-se o país em feiras como a Meditour (1979); desenharam-se instrumentos como as Regiões de Turismo, o Plano Nacional de Turismo e o Instituto de Promoção Turística (1986); e foi criada a Empresa Nacional de Turismo (1976) para superintender as participações públicas no sector, designadamente o Hotel de Santa Luzia (1979). Novamente fechado e remodelado (1981-1985), com um projeto pouco interventivo de Alcino Soutinho, o Hotel só viria contudo a integrar as Pousadas da ENATUR em 1996, quando a privatização da figura jurídica da Empresa permitiu o acesso aos fundos comunitários (1992) e foi possível “conferir ao Hotel os atributos próprios de uma Pousada” (ENATUR, 1996).



Desenho de /Sketch by  
Eduardo Salavisa

*After the 1974 revolution, although hectic with the processes conducing to political democratization and the nationalization of economic life, the State championed a diversified quality national tourism - the network of Pousadas defining its brand image. The country was promoted in fairs, e.g. Meditour (1979); instruments such as the Tourism Regions, the National Tourism Plan (Plano Nacional de Turismo), and the Institute for Tourism Promotion (1986) were drawn up; and the National Tourism Company (1976) was set up to oversee public investments in the sector, namely in the Hotel de Santa Luzia (1979). Yet again deactivated and refurbished (1981-1985) in accordance with a minor intervention proposal by Alcino Soutinho, the Hotel would only come to integrate ENATUR's Pousadas in 1996, when the legal entity of the National Tourism Company was privatized, thus sanctioning access to European Union funding (1992) and “enabling the Hotel to secure the proper attributes of a Pousada” (ENATUR, 1996).*

Nos anos 1990, todavia, as Pousadas eram um produto já reconfigurado por novos entendimentos e usos do passado. Anunciavam-se experiências exclusivas da tradição de bem-receber portuguesa em edifícios de valor patrimonial localizados numa paisagem de cultura regional e história nacional. A cultura tornara-se a motivação, o enredo e o produto de uma rede atualizada no e pelo desenvolvimento do turismo em Portugal.

A democratização dos transportes e uma nova regulação laboral facilitaram a acumulação de capital e de tempo livre das classes médias portuguesas, permitindo-lhes o acesso a práticas turísticas antes exclusivas das elites. A massificação do turismo na praia levou à estigmatização económica e social de práticas de lazer tidas por desinteressadas das realidades locais e realizadas por turistas sem capital intelectual e social. Procuraram-se “formas alternativas de turismo” e encontrou-se nos campos um repositório de autenticidade capaz de oferecer experiências significantes ao anonimato, superficialidade e aceleração das vidas quotidianas urbanas (Eadington & Smith, 1992).

*Yet, by the 1990s, the Pousadas were a product already reconfigured by new uses and reflections about the past. The tradition of Portuguese hospitality was publicised as an exclusive experience, savoured at heritage buildings located in a landscape blending regional culture and national history. Culture thus became the motivation, plot and product of a network updated within and by the development of Portuguese tourism.*

*The democratization of transportation, along with new labour laws, would come to facilitate the accumulation of wealth and free time in the Portuguese middle classes, allowing them access to tourist practices once exclusive to the elites. The massification of seafront tourism led to the economic and social stigmatization of leisure practices thought to be apathetic to local particularities, its revellers branded as devoid of social and intellectual capital. New “alternative forms of tourism” were explored, finding in the countryside a repository of authenticity capable of offering meaningful experiences countering the anonymity, superficiality and acceleration of urban daily lives (Eadington & Smith, 1992).*

A nostalgia crescia num país modernizado cuja identidade nacional se esbatia na integração europeia e pelas políticas de regionalização (1986) (Pina, 1991). No campo, por seu lado, o turismo apresentava-se como possibilidade de capitalizar económica e simbolicamente patrimónios locais através de estratégias de exibição e mercadorização da cultura para consumo, que eram apoiadas pelas políticas de desenvolvimento regional. Homologou-se a figura do Plano de Salvaguarda no âmbito da Lei do Património Cultural (1985), e criaram-se o Turismo de Habitação (1978), em Espaço Rural (1986) e as Aldeias Históricas (1995) (Silva, 2009). Poderes e comunidades locais mobilizam-se na abertura de museus regionais e na comercialização de artesanatos, gastronomias e tradições locais. Esta desnacionalização da memória e da cultura informou e foi informada por um alargamento dos tempos, espaços e atores de enunciação do património que se traduziu numa popularização da produção e consumo do passado (Groot, 2009).

*Nostalgia grew in a modernized country whose own national identity was fading out into European integration and policies of regionalization (1986) (Pina, 1991). Countryside tourism suggested a possibility of symbolically and economically capitalizing local patrimonies for consumption, through strategies of display and commodification of culture supported by regional development policies. Heritage protection plans were ratified in light of the Cultural Heritage Law (1985), and projects such as the Turismo de Habitação (1978), Turismo no Espaço Rural (1986) and Aldeias Históricas (1995) (Silva, 2009) were created. Authorities and local communities mobilized for the creation of regional museums and the commercial promotion of local crafts, gastronomies and traditions. Both informant and informed by an expansion of time, spaces and actors of heritage, this denationalization of memory and culture popularized the production and consumption of the past (Groot, 2009).*



Mobiliário primitivo  
da sala de jantar do hotel

Primitive furniture  
of the hotel dining room

Mas, no processo, os vários repertórios e modos de exibição do passado diferenciaram-se; as Pousadas mostrando como os vínculos seculares entre história e elites foram atualizados na exibição e mercadorização de uma “patina” arquitetônica e artística, que fixou no espaço significados deslocados no tempo (McCracken, 1988). Alternativas de alternativas, as novas formas de turismo confirmavam os preconceitos e estereótipos sociais por trás da renovação de práticas e consumos culturais.

*But, numerous repertoires and methods of exhibiting the past were differentiated during this process; the Pousadas indicating how secular links between history and the elites were updated in order to display and commodify an architectural and artistic “patina” able to set in space meanings displaced in time (McCracken, 1988). Alternatives of alternatives, the new forms of tourism confirmed the prejudices and social stereotypes behind the renovation of cultural and consumption practices.*

Envelope do Hotel de Santa Luzia da década de 1930 (frente e verso).

Envelope of the Hotel de Santa Luzia, from the 1930s (front and back)

Fachada norte do edifício do Hotel de Santa Luzia (Pág. seguinte)

North facade of the Hotel de Santa Luzia building (Next page)

Hoje, quando a divulgação da Pousada-Hotel de Santa Luzia sublinha as “características imponentes que tanto o diferenciam” ou o “luxuriante panorama” sobre uma cidade “ocupada desde os remotos tempos do Mesolítico” “onde se reúnem em perfeita sintonia o progresso e a riqueza de um verdadeiro museu vivo de etnografia e folclore”<sup>4</sup>, compreende-se que os valores originais da estância turística subsistem; porém, foram ressocializados nos e pelos novos entendimentos e usos da cultura no turismo. As qualidades românticas da paisagem e o sentido de nacionalidade da tradição popular e rural recombina-se com o valor arqueológico das ruínas da citânia, com o valor de história da Belle Époque e de arte das Beaux Arts, e com o capital simbólico da rede Pousadas. Confirmando que o património é um artefacto do presente que seleciona e actualiza o passado através de processos dinâmicos de construção de significados (Lowenthal, 1985), o projecto moderno de Ventura Terra e a estância cosmopolita do Capitão Luís de Andrade e Sousa tornaram-se um património visitável e consumível como bens da história.



Fotografia de /Photo by Rui Carvalho (Pág. seguinte /Next Page)

<sup>4</sup> Cf. [www.pousadas.pt](http://www.pousadas.pt).

Nowadays, when the Pousada-Hotel de Santa Luzia is advertised emphasising the “impressive features that differentiate it” or the “lush panorama” over a city “dwelt since ancient Mesolithic times” “where the wealth of a true ethnographic and folklore living museum meets progress in perfect harmony”<sup>4</sup>, one can understand how the resort’s original values still remain; these were however resocialized in and by new conceptualizations and uses of culture in tourism. The landscape’s romantic qualities and the sense of nationhood imbued in folk and rural traditions are recombined with the archaeological value of the hill fort’s ruins, the historical wealth of the Belle Époque and the Beaux Arts, and the symbolic capital of the Pousadas network. Confirming heritage as an artefact of the present that selects and updates the past through dynamic processes of constructing meaning (Lowenthal, 1985), the modern design of Ventura Terra and the cosmopolitan resort of Captain Luís de Andrade e Sousa became openly visitable and consumable assets of history.

<sup>4</sup> Cf. [www.pousadas.pt](http://www.pousadas.pt).







## BIBLIOGRAFIA

### BIBLIOGRAPHY

- Alves, V. (2013). *Arte Popular e Nação no Estado Novo. A Política Folclorista do Secretariado da Propaganda Nacional*. Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais.
- Brito, S. (2003). *Notas sobre a evolução do viajar e a formação do turismo*. Lisboa, Medialivros.
- Cabral, J. P. (1991). *Os Contextos da Antropologia*. Lisboa, Difel Difusão Editorial.
- Chaves, C. B. (1977). *Os livros de viagens em Portugal no Século XVII e a sua projecção europeia*. Lisboa, ICLP-ME.
- Comissão Municipal de Turismo (1947). *Viana do Castelo, outrora grande empório comercial, hoje autêntico centro de turismo*. Viana do Castelo, Comissão Municipal de Turismo.
- Eadington, W. & Smith, V. (ed.) (1992). *Tourism Alternatives*. Filadélfia, University of Pennsylvania Press.
- Etdensor, T. (2002). *National identity, popular culture and everyday life*. Oxford/New York, Berg.
- Elias, M. (2012). Móveis modernos - A actividade da Comissão para aquisição de mobiliário - 1940-1980 - o caso do Hotel de Santa Luzia e do Hotel Palácio de Seteais (1953-1955). *IV Colóquio de Artes Decorativas. Escola Superior de Artes Decorativas*.
- ENATUR (1996). *Comunicado de Imprensa: Hotel de Santa Luzia inicia obras com vista à sua adaptação a pousada*. Lisboa, arquivo da ENATUR.
- Fernandes, M. G. (1995). *Viana do Castelo: a consolidação de uma cidade 1855-1926*. Lisboa, Colibri.
- Ferro, A. (1949). *Turismo: fonte de riqueza e de poesia*. Lisboa, Edições do SNI.
- Galvão, A. (2003). *O caminho da modernidade: a travessia portuguesa, ou o caso da obra de Jorge Segurado como um exemplo de complexidade e contradição na arquitectura, 1920-1940. Tese de Doutoramento*. Universidade Lusíada.
- Graburn, N. (1978). Tourism: the sacred journey. In Valène Smith (org.), *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Filadélfia, University of Pennsylvania Press, pp. 17-33.
- Groot, J. de (2009). *Consuming History: Historians and heritage in contemporary popular culture*. Oxon, Routledge.
- Hotel de Santa Luzia. (1901) *A Construção Moderna*, ano II n.º 35, 1 Jul., p. 3.
- Leal, J. (2000). *Etnografias Portuguesas (1870-1970): Cultura Popular e Identidade Nacional*. Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- Lobo, S. (2012). *Arquitectura e Turismo: planos e projectos, as cenografias do lazer na costa portuguesa, da 1ª República à democracia*. Tese de Doutoramento. Universidade de Coimbra.
- Löfgren, O. (1989). The Nationalization of culture. In *Ethnologia Europaea*, vol. XIX, pp. 5-24.

- Lowenthal, D. (1985). *The Past is a Foreign Country*. Cambridge University Press.
- Marques, A. C. (2011). *O Templo-Monumento de Santa Luzia em Viana do Castelo*. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Martinho, F. (2008). Marcello Caetano e a modernidade possível no Estado Novo português. In Filho, D. A. R. & Rolland, D. (org.), *Modernidades Alternativas*. Rio de Janeiro, FGV Editora, pp. 239-259.
- Matos, A. C. & Santos, M. L. (2004). Os guias de turismo e a emergência do turismo contemporâneo em Portugal (dos finais de século XIX às primeiras décadas do século XX). In *Scripta Nova*, VIII (167). Disponível em <http://www.ub.edu/geocrit/nova.htm>.
- McCracken, G. (1988). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Indianapolis, Indiana University Press.
- Ministério das Finanças e das Obras Públicas e Comunicações, Decreto-Lei n.º 36/055, de 21/12/1946.
- Pina, P. P. (1988), *Portugal: o turismo no século XX*. Lisboa, Lucidus Publicações Lda.
- Prista, M. (2011). *Discursos sobre o passado: investimentos patrimoniais nas Pousadas de Portugal*. Tese de Doutoramento em Antropologia. Universidade Nova de Lisboa.
- Revista de Turismo* (1920). Ano V, II Série, n.º102, Dez., p. 100.
- Segurado, J. (1955). *Memória Descritiva e Justificativa do Plano Geral de Decoração e dos Projectos do Mobiliário do Hotel de Santa Luzia em Viana do Castelo*.
- Sharpley, R. (1994). *Tourism, Tourists & Society*. Suffolk, ELM Publications.
- Silva, L. (2009). *Casas no Campo. Etnografia do Turismo Rural em Portugal*. Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais.
- Silva, R. H. da (2006). Ventura Terra em contexto. In Ribeiro, A. I. (coord.), *Miguel Ventura Terra: a arquitectura enquanto projecto de vida*. Esposende: Câmara Municipal, pp. 11-29.
- Smith, V. (ed.) (1978). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Oxford, Basil Blackwell.
- Sobral, J. M. (2002). A formação das nações e o nacionalismo: os paradigmas explicativos e o caso português. In *Análise Social*, 37 (165), pp. 1093-1126.
- Sociedade de Propaganda de Portugal. (1906). *Estatutos da Sociedade Propaganda de Portugal*. Lisboa, Typ. Universal.