

Ricardo GURRIARÁN, *Enrique Peinador Lines e Mondariz. Empresa, turismo e país*, Vigo, Foro Enrique Peinador / Pío García Edicións, 2016, 237 pp.

Los balnearios de Galicia constituyen un objeto historiográfico afortunado. La nómina de tesis doctorales, monografías y artículos elaborados sobre los mismos en las tres últimas décadas puede calificarse de nutrida. Varias razones explicarían esta proliferación de estudios. Primero, la abundancia de las aguas y fuentes mineromedicinales y termales en Galicia, con aprovechamiento documentado ya desde la antigüedad. En segundo lugar, el resurgimiento de las estaciones termales, desde la década de 1980, como espacios cualificados del turismo de bienestar y salud. Por último, la importancia histórica de los balnearios en el subsistema turístico gallego, como parte significada de su oferta. En la Guía Oficial de Hoteles del Patronato Nacional de Turismo de 1936, por ejemplo, más de una cuarta parte de las plazas hoteleras anunciadas en las tres provincias más balnearias de Galicia (Pontevedra, Ourense y Lugo) correspondían a establecimientos balnearios.

Una de las últimas contribuciones a estos estudios sobre los balnearios gallegos es el libro de Ricardo Gurriarán, *Enrique Peinador Lines e Mondariz. Empresa, turismo e país*. Esta obra de Gurriarán, de edición ciertamente modesta, aporta sin embargo una notable biografía sobre uno de los empresarios más relevantes en la historia balnearia y turística de Galicia, artífice de la época dorada del Balneario de Mondariz (Pontevedra). Es notable por la calidad y la cantidad de la bibliografía y las fuentes manejadas, entre las que se incluye la documentación original de la familia Peinador conservada por Ramón Torres. Lo es también por la ambición con que se presenta la saga familiar (pues hablamos de una empresa familiar), el personaje y su compañía, en sus vertientes humana, empresarial y de compromiso social y político, como precursores y constructores del turismo cultural-termal, al servicio de un criterio rector: la riqueza individual pero también la riqueza cultural y económica de Galicia; o, dicho con las palabras panegíricas de Emilia Pardo Bazán, que «más allá del negocio ve la prosperidad de una región» (p. 80).

Porque, como explica bien el autor de este libro, el Mondariz de Enrique Peinador Lines (1880-1940) fue más que una empresa embotelladora de aguas y prestadora de atenciones balnearias con sus aguas medicinales. Se trató de una iniciativa empresarial puesta, a la postre, al servicio de la idea de hacer país, al contribuir a su modernización productiva y a generar riqueza a partir de la dotación de sus recursos naturales

y culturales, que colaboró a poner en valor. Primero, con unas instalaciones puestas al día con los adelantos técnicos y científicos disponibles; en segundo lugar, con una labor de recuperación y difusión de la cultura autóctona (arqueología, etnografía, idioma y literatura, música, folklore, arquitectura popular, etc.), y tercero, con su militancia política, en el movimiento regionalista y nacionalista, ligado al movimiento agrarista de Acción Gallega en los primeros compases del siglo xx —con el que simpatizó su padre—, luego a las Irmandades da Fala (década de 1920) y, por último, el Partido Galeguista, en el que se integró Peinador Lines hacia finales de 1931 y en el que militaba, en puestos de responsabilidad directiva, estallada la guerra civil en 1936.

El libro, organizado en cinco capítulos, hace este triple recorrido. De ahí que encontremos en él, por una parte, la historia empresarial desde sus orígenes, a partir de los fundadores, los hermanos Peinador Vela (en la década de 1870), y la segunda generación (desde 1907), que encarnan el propio Enrique Peinador Lines y su hermano Ramón, quien llevaba de forma más directa la parte financiera de la empresa. Aquí se explican las estrategias de promoción de las Aguas y del Balneario de Mondariz, orientadas hacia la creación de una marca de referencia, bien identificable, basadas en la edición de guías y álbumes guía (1884, 1898, 1906, 1912,...), las publicaciones periódicas propias —el semanario *La Temporada* (1881-1931) y la revista *Mondariz* (1915-1922)—, las campañas de prensa, la participación en certámenes médicos, turísticos o industriales, así como las campañas de promoción directa en el extranjero (Portugal, Gran Bretaña, Iberoamérica), pues se pretendían unas instalaciones balnearias en «condiciones dignas de ser universalmente» conocidas y utilizadas. También la ampliación del negocio, a partir de los manantiales, las instalaciones termales y las infraestructuras complementarias (jardines, «hotelitos», cine-teatro, hospital para artríticos, instalaciones deportivas). Con el centro de referencia en el Gran Hotel (1898) y el criterio rector de constituir en Mondariz, a partir de ellas, una villa termal en un enclave rural, con equipamientos y servicios propios de una ciudad, bien unida con los centros urbanos difusores de turismo, por medio del ferrocarril, de los automóviles y de una compañía de tranvía propia, entre Vigo y Mondariz, que echó a andar en 1920, aunque solo en el tramo Mondariz-Porriño. Al servicio de este afán, los Peinador recurrieron a arquitectos locales como Jenaro de la Fuente y, sobre todo, Antonio Palacios, artífice de la ampliación de Mondariz, a partir de 1909, así como al paisajista y jardinero francés Darier. Peinador Lines participaba de la cultura cosmopolita de la Belle Époque.

En segundo lugar, el libro trata de la labor cultural de Enrique Peinador Lines, su ligazón con la intelectualidad gallega del momento, en Madrid y en Galicia (Cova Céltica, Real Academia Gallega, Instituto de Estudios Gallegos, grupo Nós, Lar Gallego de Madrid, etc.). Esa labor forma parte de la cultura empresarial de Peinador, como medio para enraizar la empresa en Galicia y como instrumento al servicio de la propia promoción empresarial. Las iniciativas en este sentido fueron múltiples, incluyendo el Museo Etnográfico de la Quinta das Pías, próximo al balneario.

En tercer lugar, el libro recorre la militancia política de Peinador Lines y su defensa de los «intereses nacionais galegos» (p. 150), lo que le permite a Gurriarán entroncar esta biografía empresarial en la «historiografía do nacionalismo galego» (p. 184).

Una obra biográfica de este tipo corre siempre el riesgo de la apología, del panegírico; el riesgo, en fin, de esa especie de santificación a los que nos vemos arrastrados los que en algún momento hemos hecho biografías políticas o económicas. Un personaje del perfil de Peinador, como cualquier otro de su relevancia social y económica, ofrece sus luces y sus sombras, y él también las tuvo, en su conducción con sus trabajadores y sus trabajadoras, en el ámbito quizás más estricto de las relaciones familiares, así como en su evolución y relaciones políticas, entre sus amistades en los partidos de turno y algunos dirigentes de la dictadura de Primo y su compromiso con los partidos alternativos, desde el regionalismo hasta el nacionalismo. No obstante, Gurriarán, tentado también por esta inclinación a la santificación, soslaya razonablemente bien los peligros. Esta biografía empresarial es, por todo ello, muy aconsejable. Estamos ante una contribución importante a la historia empresarial del sector turístico en Galicia antes de la guerra civil, que ningún especialista en esta rama de la historia económica española debería dejar de consultar.

RAFAEL VALLEJO POUSADA
Universidad de Vigo