



Fuente de Gándara
Recuerdo de Mondariz







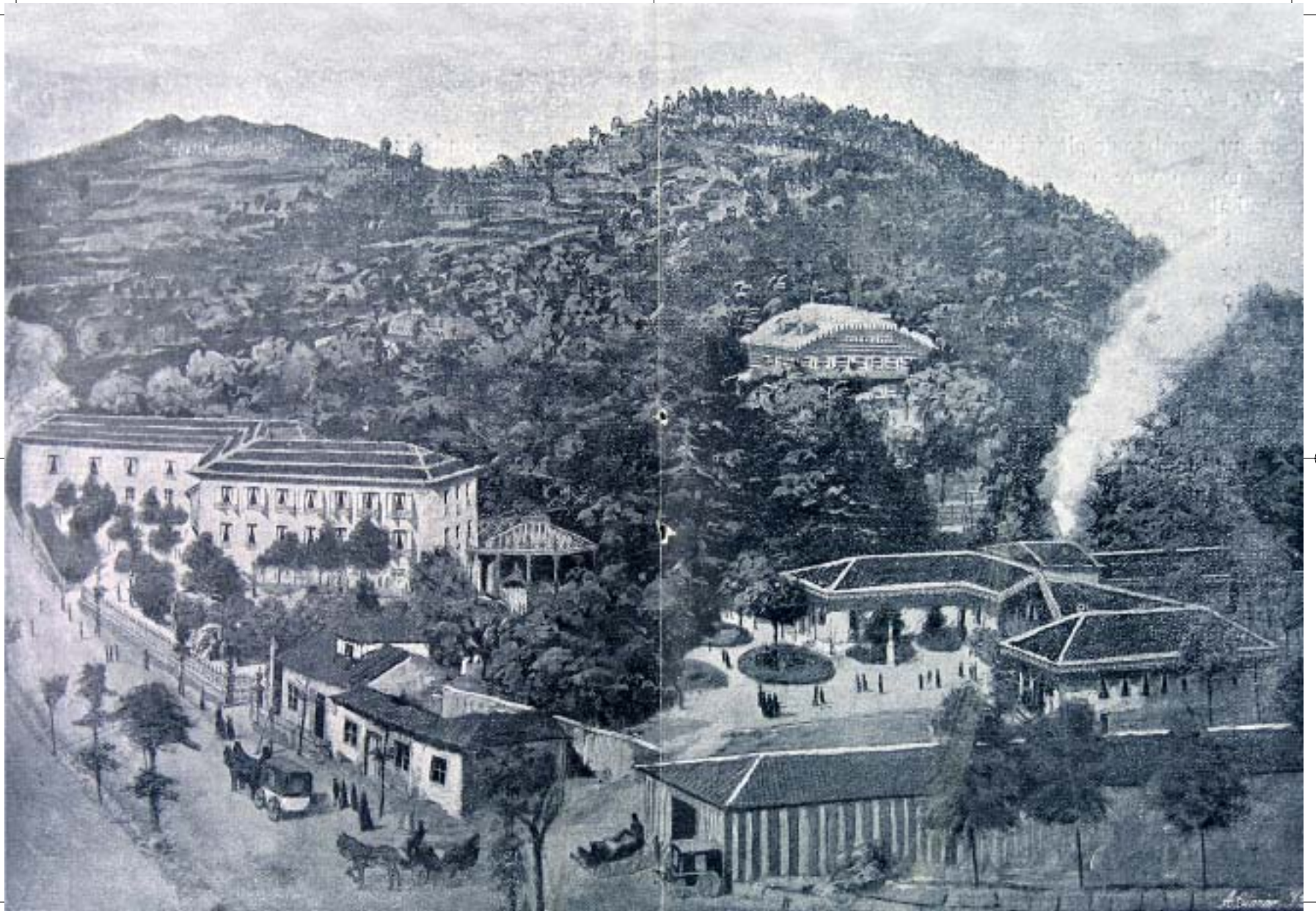






Buvette
Aguas de Mondariz

**Pabellón de Gándara
1908-2008**





Buette

(1908-2008)

100 AÑOS DEL PABELLÓN DE GÁNDARA
100 YEARS OF THE GÁNDARA PAVILION

(1873-2008)

- 27 135 AÑOS DE AGUAS DE MONDARIZ
135 YEARS OF AGUAS DE MONDARIZ
por Javier R. Losada Boedo

(1988-2008)

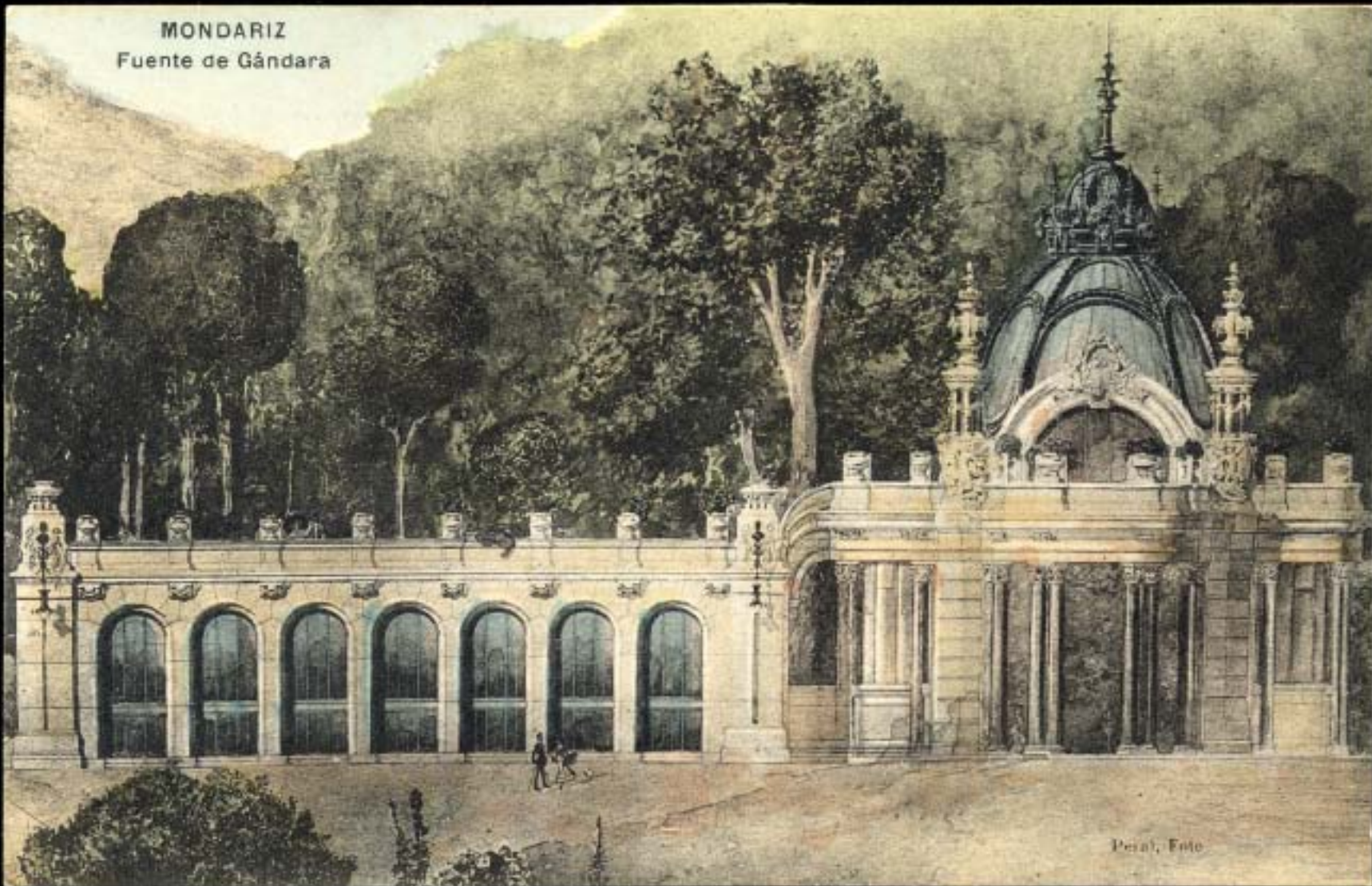
- 34 UNA MARCA DE AGUA
A BRAND OF WATER
por Javier Solano Rodríguez-Losada

(1873-1931)

- 40 EL GRAN BALNEARIO DECIMONÓNICO
THE GREAT 19TH CENTURY SPA
- 112 LA FUENTE DE GÁNDARA
GÁNDARA FOUNTAIN
- 156 LA FUENTE DE TRONCOSO
TRONCOSO FOUNTAIN
- 184 LOS HERMANOS PEINADOR
THE PEINADOR BROTHERS
- 206 LA VILLA BALNEARIA Y ANTONIO PALACIOS
THE RESORT COMPLEX VILLAGE
AND ANTONIO PALACIOS
- 238 MONDARIZ Y LA CULTURA GALLEGA
A PRINCIPIOS DEL S XX
MONDARIZ AND CULTURE AT THE
BEGINNING OF THE 20TH CENTURY
- 260 IMAGEN PUBLICITARIA DE MONDARIZ
MONDARIZ ADVERTISING IMAGE
por Yolanda Pérez Sánchez

(2008)

- 108 PALADAR CERO • TASTE
- 154 CO2 • CO2
- 180 UNA MINA DE AGUA • A WATER MINE
- 204 EL FILTRO DEL TIEMPO • THE FILTER OF TIME
- 258 BLUE PET • BLUE PET
por Alberto Cabadas Avión



MONDARIZ
Fuente de Gándara

Pesat, Foto





20. MONDARIZ -Balneario.- Un aspecto del bosque





Buvette

Mondariz debe agradecer el esfuerzo de muchas personas a lo largo de varias generaciones. Este reconocimiento es –sin duda– por el que nuestro libro debe empezar. Porque en 2008 se cumplen ciento treinta y cinco años desde que el Agua de Mondariz fue declarada de utilidad pública, y ciento diez desde que el Gran Hotel Balneario de Mondariz abrió sus puertas por primera vez. Las mismas puertas que luego quemó el fuego... y se volvieron a abrir. También hace cien años que se empezó a construir la primera planta de embotellado, el pabellón de Gándara. ¿Un último aniversario en 2008? Veinte años desde que Javier Solano llegó a Aguas de Mondariz, recuperando tiempo perdido y rematando obras que nunca habían sido terminadas.

Pero entre todas las fechas importantes, me quedo con la de hace unos días, cuando nació Manuela, hija de Pilar y Pedro; empleados de Aguas de Mondariz. Manuela es también nieta de Herminia y Silverio, de nuevo empleados en activo de esta empresa. Tres generaciones que nos hacen pensar más allá de aniversarios, ... y de nosotros. Cuando la generación de Manuela acabe su formación y busque una empresa donde trabajar tiene que encontrarse de nuevo con Mondariz, el mismo proyecto que cada uno de nosotros hemos heredado, pero más grande.

Recordar aniversarios nos puede llevar a una visión nostálgica que nos empuje ante la grandeza del pasado. La realidad es que Mondariz seguirá vivo mientras cada uno de los que vengan lo consideren su reto. Este libro quiere ilustrar una historia y alimentar un futuro.

Javier R. Losada Boedo

Director Gerente de Aguas de Mondariz Fuente del Val S.A. • Executive Director of Aguas de Mondariz

Mondariz owes a debt of gratitude to many people over several generations, and this book should surely begin with an acknowledgement of this debt. The year 2008 marks the 135th anniversary of the designation of the public utility of the waters of Mondariz, and the 110th anniversary of the year the *Gran Hotel Balneario de Mondariz* opened its doors –the same doors that were later burned, but that opened again. And a century has now passed since construction began of the bottling plant, the Gándara pavilion, and the buvette. Just 20 years ago Javier Solano came to Aguas de Mondariz, making up lost time and completing some hitherto unfinished projects.

But of all the significant dates, I would choose that of a few days ago when Manuela was born, the daughter of Pilar and Pedro, employees of *Aguas de Mondariz*. Manuela is the granddaughter of Herminia and Silverio, also active employees of this company. Three generations that carry our thoughts beyond anniversaries, and ourselves. When children of Manuela's generation grows up, complete their education, and seek a job, they will be welcome to apply at *Mondariz*, the project that each one of us has inherited, but now larger.

Remembering anniversaries can lead us to a nostalgic vision that makes us feel small besides the greatness of the past. But the fact is that *Mondariz* will remain alive as long as each new generation accepts the challenge. This book is intended to illustrate a history and nourish a future.







[...] "Javier Solano es director general de Aguas de Mondariz, presidente del Balneario de Mondariz, presidente de la Fundación Mondariz Balneario, vicepresidente del Instituto de Empresa y presidente de media docena de empresas más.[...] En Mondariz Balneario tiene muchas responsabilidades, aunque como las iniciativas comenzadas hace veinte años ya caminan solas, pasa menos tiempo aquí. [...] Nací el 21 de enero del 1942 en La Coruña, en la ciudad vieja, y me crié entre la Coruña y Palencia, allí tenían mis padres una finca. [...] Cuando acabé el bachillerato fui a estudiar económicas a Madrid, acabé en el año 63, pero dos años antes de terminar me ofrecieron un trabajo a media jornada en Loewe que tuve que interrumpir por la milicia aérea universitaria para seguir trabajando cuando acabé. [...] Empecé a jornada completa como director comercial de Tauro, una empresa de las del grupo Loewe. Cuando me marché en el 75 era director gerente y tenía 33 años. Pasé, con periodos de estancia de unos 3 años, por muchas compañías."

Mondariz

[...] "En el año 1987, después de una experiencia amplia reflatando empresas del área de alimentación del INI –todas ellas pertenecientes a ENDIA S.A., de la que era director general– y como tenía una cierta fama de revitalizador hábil, me ofrecieron la oportunidad de ir a Aguas de Mondariz. [...] Diego Alcázar (que es ahora el presidente y propietario del Instituto de Em-

Javier Solano Rodríguez-Losada

Director General de Aguas de Mondariz Fuente del Val S.A. • Managing Director of Aguas de Mondariz

'Javier Solano is managing director of the *Aguas de Mondariz* company, chairman of the *Balneario de Mondariz* spa, chairman of the Mondariz Balneario Foundation, vice-president of the *Instituto de Empresa* and president of another half-dozen firms. He divides his time carefully between these responsibilities, but spends less of it in the Mondariz spa, since many of the activities he launched when he came to the company 20 years ago now operate smoothly without his supervision.'

'I was born on the 21st January, 1942 in La Coruña, in the old quarter, and was raised there and in Palencia where my parents had a farm. When I finished secondary school I went to Madrid to read economics, and was awarded my degree in 1963, but two years previously I took a half-day job in the Loewe shop, which was interrupted by my military training in the air force. Then I took my first full-time job as sales directly of Tauro, a Loewe group company. When I left at the age of 33 in 1975 I was managing director. I then worked for a series of companies, staying about three years in each.'

Mondariz

'In 1987, after a period when I worked reflatting food companies as managing director of the ENDIA,S.A. group, owned by Spain's National Institute of Industry (INI), where I earned a reputation as a good rescuer of companies, I was offered the opportunity to



presa en Madrid) me hizo una oferta y yo me acordé del Agua de Mondariz, que mi madre bebía en Palencia y que nunca más había vuelto a ver. [...] Mondariz seguía teniendo un gran nombre en España, seguía habiendo un concepto Mondariz identificado con calidad, aunque la gente no sabía exactamente si era algo medicinal o una marca de agua. [...] Decidí dejar el INI con todo su boato. Eso lo hice en el año 1988. [...] Vine con otro chico del instituto de empresa, Juan Rubio, y ahí empezamos. [...] Nos encontramos con una empresa que era *Aguas de Mondariz de Hijos de Peinador* propiedad 100% de *Aguas de Mondariz-Fuente del Val*. Una empresa era propietaria de la marca *Fuente del Val* y otra era propietaria de la marca *Mondariz*. Ambas empresas eran propiedad de Nicolás Meixengo y parte de la élite económica de Vigo. [...] Las empresas tenían en aquel año el 1% del mercado de agua, otras marcas las habían desposeído de la posición privilegiada de principios de siglo [1920] cuando Mondariz y Vichy Catalán eran líderes del mercado español en agua con gas."

Aguas de Mondariz

[...] "Llegamos aquí y nos encontramos una marca, *Mondariz*, que estaba funcionando en Mondariz Balneario con maquinaria antigua y con un rendimiento bajo ocupando la antigua planta de embotellado de la Fuente de Gándara [1908]. Y otra marca con planta en Mondariz donde se embotellaba en dos líneas separadas *Trinarianjus* y *Fuente del Val*. Había en aquel momento una concentración muy grande de producción de agua envasada en vidrio, aunque ya envasaban una parte pequeña de la producción en PVC. La marca

go to *Aguas de Mondariz*. Diego Alcázar (who is now president and owner of the Instituto de Empresa in Madrid) made me an offer, and I recalled that my mother drank *Agua de Mondariz* in Palencia, and that I had not seen it since. But the brand name was still important in Spain, and it was identified with quality, although there was some confusion about whether it was medicinal or simply bottled drinking water. I decided to leave the INI and all its showiness. That was the year 1988.'

'I brought another young man from the Instituto de Empresa, Juan Rubio, and we started working. The company was then called *Aguas de Mondariz de Hijos de Peinador*, wholly-owned by *Aguas de Mondariz-Fuente del Val*. One company owned the *Fuente del Val* brand, and the *Mondariz* brand was owned by another, although both belonged to Nicolás Meixengo and some other Vigo investors. The companies together had a 1% share of Spain's bottled water market, for other brands had wrested away the market leadership that they had enjoyed earlier on—in 1920 *Mondariz* and *Vichy Catalán* were Spain's top brands of sparkling mineral water.'

Aguas de Mondariz

'We got here and found one brand, *Mondariz*, that was operating at the Mondariz spa with the old and inefficient machinery of the Gándara fountain bottling plant that had

26

Buvette

Mondariz tenía entonces cierta presencia en el mercado gallego, pero sólo en hostelería."

La fábrica de envasado de El Val

[...] "Tuvimos que decidir dónde montábamos una fábrica eficiente que albergase las dos marcas. El problema era que la marca líder, *Mondariz*, estaba ubicada en el ayuntamiento de Mondariz Balneario y la otra, la propietaria, *Fuente del Val*, estaba en el municipio lindante, Mondariz. [...] Al pensar en Mondariz para el gran desarrollo industrial permitiendo así que en un futuro el balneario volviese a estar en pie, provocamos una primera reacción en Mondariz Balneario que llevó a un compromiso por mi parte de relanzar el balneario desde la empresa. [...] Montamos en Mondariz la planta nueva, y elegimos *Mondariz* como marca por su potencia de futuro y por el peso de su pasado. Te estoy hablando del año 1989."

Estrategias

[...] "Teníamos unos objetivos de mercado perfectamente definidos y a pesar del esfuerzo inversor, empezábamos a ver que habíamos acertado en los primeros proyectos. Habíamos incorporado todo lo mejor que había en el mercado en desarrollo y tecnología. [...] Nuestro primer objetivo fue alcanzar en envases de plástico la misma puerta de mercado que teníamos en vidrio. [...] Buscamos argumentos estructurales de producto que nos ayudaran a vender, sin tener que hacer grandes campañas publicitarias, como el proyecto de la botella cuadrada de *Mondariz*—entonces en PVC y posteriormen-

been built in 1908, and another plant bottling the *Trinarianjus* and *Fuente del Val* brands. At that time glass bottles were used, although a small proportion of the output was bottled in PVC. The *Mondariz* brand had some market presence within Galicia, but only in bars and restaurants.'

The El Val Bottle Plant

'We had to decide where to build an efficient plant for bottling both water brands. The problems was that the leading brand, *Mondariz*, was located in the municipality of Mondariz Balneario, and the other, *Fuente del Val*, was in the adjacent of Mondariz.'

'We considered that Mondariz was the best location for the new industrial site, since it would not interfere with a future revival of the Mondariz spa in Mondariz Balneario, and we committed ourselves to relaunch the spa. We set up the new plant for bottling *Mondariz* brand water, since it was the best-known brand and had the best future prospects. I'm talking about the year 1989.'

Strategies

'We had some well-defined objectives and though it took a considerable investment effort we soon saw the our initial projects were going to succeed. We brought in the

27

Buvette



te en PET– que ahorra espacio y era más ecológica. [...] Fue la primera campaña, la de *cuanto más bebés más te gustas*, y nos salimos del tipo de publicidad que se hacía entonces en España para este tipo de productos. Basamos toda nuestra publicidad, y esa era nuestra estrategia, en darle prestigio al nombre *Mondariz* utilizando el sustrato de su buen recuerdo. [...] Hemos mantenido siempre la política de no tener batallas de precios sino intentar comunicar que nuestros valores son otros: la calidad y el prestigio. [...] Habíamos multiplicado por cinco la facturación y habíamos pasado del 10 al 42% del mercado gallego, hablamos del año 1992.”

Balneario

[...] “En ese momento se inició también otra aventura, la de la sociedad independiente Balneario de Mondariz S.L. en la que con diferentes personas de la zona iniciamos la recuperación de esto, con el ánimo de cumplir el compromiso que teníamos con el ayuntamiento de Mondariz Balneario. Ahí intervino el que entonces estaba de delegado de turismo en Pontevedra, Alfonso Paredes, quien nos avisó del momento justo de las subvenciones precisas.[...] Y es que el Balneario estaba antes que el agua embotellada y el nombre de *Mondariz* está asociado en todo el mundo a un lugar y a su agua.”

Comercio Exterior

[...] “La primera decisión de exportación de *Aguas de Mondariz* no tuvo nada que ver con la exportación histórica de principios de siglo porque había pasado demasiado tiempo y los mercados no tenían nada que ver. [...] Esto

best the market offered in development and technology, Our first objective was to place our water bottled in plastic right alongside the traditional glass in our markets. We looked for structural product arguments to help us in the market without recourse to major advertising campaigns, and came up with the square bottle, first in PVT and now in PET, which saves space and its more ecological.’

‘Our first advertising campaign, with the message “the more you drink the better you like yourself”, which was a departure from traditional advertising for this type of product in Spain. Our overall advertising strategy was to consolidate the prestige of the *Mondariz* name using the substrate of the good memory. We have stayed away from price wars while instilling our values: quality and price. By 1992 we had quintupled our sales and raised our share of the Galician market from 10% to 42%.’

Spa

‘Around that time another adventure began, that of the independent spa company *Balneario de Mondariz S.L.* in which a number of people in the area launched into the recovery of the spa, to keep our promise to the town of Mondariz Balneario. At just the right moment, the then head of the Pontevedra tourist office, Alfonso Paredes, told us about the subsidies available. Remember that the spa pre-dated that bottled water

Buvette

tiene más que ver con exportar *Mondariz* como un agua con denominación de origen y calidad. [...] Empezamos a gestionar la exportación de una manera eficaz en el año 1998 y en el año 2005 fuimos la empresa de España que más agua exportamos. Hemos llegado a exportar hasta un millón de cajas de agua y hemos exportado a todas partes... [...] Nuestros grandes mercados han sido Alemania, Francia, un poco de Austria, algo de Suiza, Portugal, y también hemos tenido bastante éxito con la diáspora gallega en América, tanto Norte como Sur. Podías encontrar *Agua de Mondariz* en un restaurante en la Sexta Avenida de Nueva York, en medio de Buenos Aires, o en un mercado en Puerto Rico.”

Presente

[...] “Esas líneas estratégicas de la empresa: diferenciación, innovación y paz de precios, son las que nos han llevado ahora a renovar la gerencia de *Aguas de Mondariz*. [...] Necesitamos que los cambios vuelvan a ser estructurales y ayuden a conservar la posición de ventaja adquirida frente a esas nuevas marcas, nuevas tendencias, botellas maravillosas y estrategias de mercado que no había antes. [...] Y es que hay un hecho clave dentro del comercio de las aguas envasadas minerales: antes, se establecía que un manantial era una marca y no se podía envasar agua de esa marca si no era en ese manantial. Además, la envasadora tenía que estar, según reglamentación, en el punto más próximo posible de éste. Cuando las aguas sólo podían envasarse en sus lugares de origen los kilómetros de recorrido y la publicidad daban un sobre coste a las grandes empresas que protegía a las compañí-

business and that the *Mondariz* name is associated around the world with a particular place and its water.’

Foreign Sales

‘The first decision to export *Agua de Mondariz* was unrelated to the exports at the turn of the 20th century, since too much time had elapsed and the market had changed completely. What we had to do was to export *Mondariz* as a water from a particular place and with its own special quality. We began exporting with some success in 1998, and in 2005 we led Spain’s bottled water industry in export sales. We have sold as many as one million cases and our water has gone everywhere. Our biggest markets are Germany, France, Austria, Switzerland, and Portugal, and we have also made some inroads in the Americas thanks to the number of Galicia emigrants in both North and South America. You can order *Agua de Mondariz* in a restaurant on New York’s Sixth Avenue, in Buenos Aires, and in a Puerto Rican market.’

Present

‘Our strategic guidelines of differentiation, innovation, and shunning price wars have led us recently to shake up the management of *Aguas de Mondariz*. We need the changes to become structural again and to help us keep our edge over the new brands,

as locales. [...] A partir de que eso no es así, gana cuota de mercado aquel que lleva la oferta más compacta, el que puede repartir más productos con un solo distribuidor. El que sólo tiene agua, duplica ampliamente su coste de distribución capilar. [...] Uno puede salvarse de esta situación si encuentra elementos de diferenciación tales que hagan que la gente siga pidiendo tu marca, pero el futuro de las aguas minerales está en la agrupación. [...] Porque eso que habéis hecho vosotros de probar varias aguas y llegar a la conclusión 'lógica y natural' de que la mejor es la de *Mondariz* [risas] no lo hace la gente cuando va a comprar agua. Las personas pueden ser devotas de una determinada marca, pero la mayoría, lo que buscan es que su agua sea saludable y que la marca mantenga unas constantes. La identidad y la lealtad a una marca son conceptos efímeros y frágiles y la publicidad tiene mucho poder."

Patrocinios

[...] "Los patrocinios anteriores y más recientes tienen que ver con esa posición diferenciadora que adoptamos más que con la publicidad directa, y responde al sentimiento de que las empresas vivimos de una sociedad a la que debemos nuestra existencia y por eso destinamos una parte de los beneficios a echar una mano [...] ciclistas de Pontearreas, equipos de baloncesto como el Seis do Nadal de Coia [Vigo], el club de remo Mecos [O Grove], bandas de música de la zona... siempre intentando que sean colectivos en los que, más que el mérito del éxito final, el componente educativo sea el eje fundamental."

new trends, fabulous bottles and market strategies that didn't exist before. (...) There is a key issue in the sale of bottled mineral waters. In the past, a given spring gave its name to a brand, and you could only bottle that water, and your plant had to be as close as possible to that spring. When water could only be bottled at its point of origin transportation and advertising inflated the costs of the big companies that sheltered the local ones. But now market share goes to the most compact supplier, who can deliver the most products via a single distributor. The one who sells only water pays more than double the distribution costs of others. This can be acceptable if you find ways to differentiate your products so people continue to ask for your brand, but the future of mineral water lies in grouping them. Because people don't taste an assortment of waters and then pick the best. Some people may be loyal to a brand, but most simply want healthy water with reliable quality. Brand identity and loyalty are fleeting and fragile, and easily changes via advertising.'

Sponsorship

'Our sponsorship activities have to do with that differentiation policy more than they do with direct advertising. It is based on the feeling that a company that lives in a society and owes its existence to that society should repay it in some way. That is why spend some of our profits on supporting cyclists in Pontearreas, basketball teams like

42

Buvette

Futuro

[...] "Cuando los ejecutivos hacemos una empresa, intentamos crear una filosofía, una forma de relacionarse y comportarse con el entorno y una manera de dirigirse al mercado. [...] Soy un ejecutivo que dirige una compañía y se va. Me gustaría que lo que se ha hecho perviva, que *Aguas de Mondariz* siga siendo el núcleo económico de esta zona y que por esta empresa sigan pasando padres y luego hijos. [...] Eso es lo que intentas transmitir, y ahí está la confianza que depositas."

[Fragmentos de un encuentro mantenido con el señor Solano en el otoño de 2008]



Seis do Nadal de Coia, in Vigo, the Mecos rowing club in O Grove, local bands, etc., but always activities that stress education and training at least as much as winning.'

Future

'When we executives build up a company, we try to create a philosophy, a way of dealing with others and the environment and the market. I'm an executive who manages a company and then leaves. I like to see my achievements endure, and I would like to see *Aguas de Mondariz* continue as the nucleus of the local economy, and a place where parents and then their children can work. That's what I try to convey, along with the confidence that it can be done.'

43

[From interviews with Javier Solano on 14th October and 6th November 2008 in Mondariz Balneario]

Buvette



El balneario de Mondariz, fue el más importante de Galicia y uno de los primeros de España, al menos hasta la primera década del siglo XX. El establecimiento inicia su historia en 1873, cuando sus aguas son declaradas de utilidad pública a iniciativa de sus propietarios, los hermanos Enrique y Ramón Peinador, artífices del lugar, hasta 1931. En este período de casi 50 años, el espacio natural sobre el que se asienta el balneario de Mondariz se transforma en un anclaje identitario y significativo: en un *lugar*.

Un lugar se ordena y compone de acuerdo con el uso y, sobre todo, con la "imagen" requeridos por el particular modo de vida que acoge. El origen y las bases ideológicas de éste permiten desvelar las claves más importantes de la configuración y el significado de un lugar. El balneario de Mondariz es la respuesta arquitectónica concreta al modo de vida "balnearia" que surge en Europa a finales del siglo XVIII y alcanza su madurez en el último tercio del XIX. El termalismo decimonónico responde al deseo, sentido como una necesidad por las clases privilegiadas, de buscar en la tranquilidad y los "encantos" de naturaleza una alternativa a la vida urbana, un espacio donde cuidar cuerpo y espíritu, sin abandonar los hábitos de ocio propios de su clase; y una de cuyas características fundamentales consiste en la conveniente sublimación del aspecto productivo que lo sustenta.

Una cualidad esencial que distingue al balneario moderno es la mercantilización de su espacio. El siglo XIX, regido por la idea de que progreso y civi-

EL GRAN BALNEARIO DECIMONÓNICO THE GREAT 19th CENTURY SPA

The Mondariz *balneario* or health spa was the most important establishment of its kind in Galicia and among the most prominent in all Spain, at least until the first decade of the 20th century. Its story began in 1873, when its waters were officially declared to be "of public utility" at the initiative of its owners, the brothers Enrique and Ramón Peinador, who built and operated the spa until 1931. In that period of nearly 50 years, a town grew up around the spa and its waters.

Places are designed and arranged according to the uses to which they are to be put, and especially to the "image" they wish to project to its users. The Mondariz *balneario* is a particular architectural contribution to the health spa culture that arose in Europe at the end of the 18th century and reached its greatest splendour in the last third of the 19th century. At that time "taking the waters" was a response to the desire, perceived as a need, of the privileged class to turn to the peace and charms of nature as a respite from city life, a space where they could tend to body and spirit without giving up the amusements typical of their class, and where the profit motive driving the whole enterprise was efficiently obscured.

An essential distinguishing feature of the modern spa is the commercialisation of its space. The 19th century, under the sway of the idea that progress and civilisation would lead to a perfect society, witnessed the creation of Utopian spaces while at the same

lización conducirían a una sociedad perfecta, crea utopías al tiempo que supe-
pedita la sociedad al mercado. En el balneario decimonónico, la naturaleza y, fundamentalmente, el agua, se convierten en fetiches, objetos de deseo expuestos ante el consumidor.

El lugar "es siempre un depósito de tiempo en el espacio", en el que confluyen función y representación. Esto implica un necesario vínculo con una época y una sociedad determinadas, en este caso, la que corresponde al contexto europeo finisecular. Como ha señalado Ignasi de Solà-Morales, el balneario se caracteriza por ser un lugar de ocio y disciplina, articulado en torno a una concepción hedonista basada en la vida social y el cuidado del cuerpo. Los fundamentos de la vida balnearia en su madurez, a finales del siglo XIX, residían en el contacto con la naturaleza y la curación a través de las aguas, en un espacio colectivo marcadamente elitista. El catalizador de este modo de vida es la burguesía empresarial, que convierte al termalismo, es decir, la frecuentación de las fuentes minerales y termales, en una empresa rentable y en un emblema de la vida social. Pero además, como afirma María Antonia Leboeiro, el balneario es "el espacio de representación en el que una época se expresa". Es un modo de vida representado y articulado en torno a unos mitos que contribuyen a crear la imagen ideal del balneario decimonónico. Para comprender la forma y el sentido de ese escenario es necesario conocer los elementos que conforman el imaginario colectivo de la sociedad que lo habita. La concretización de una función social en un lugar depende en buena medida de los "símbolos de deseo" de la época, es decir, de aquello capaz de atraer a la sociedad decimonónica.

time subordinating society to the market. In the 19th century spa, nature in general and water in particular became fetishes, objects of desire dangled before the consumer.

A place "is always a deposit of time in space", in which function and appearance converge. This necessarily implies a link with a certain period and society, in this case, that of turn-of-the-century Europe. As Ignasi de Solà-Morales has noted, the spa was characterised as a place for leisure and discipline, centred on a hedonistic notion based on socialisgn and body care. At their apogee, near the end of the 19th century, the spa offered contact with nature and the healing via the medicinal waters, but always in first class conditions and refined company. The spa phenomenon was driven by the mercantile bourgeoisie, which made *thermalism*, i.e. the frequenting of mineral and hot springs, into a profitable business and a symbol of social status. But, as María Antonia Leboeiro observed, the spa was "the stage on which an era expresses itself". It was a way of life represented by and centred on the myths that contribute to create an ideal image of the 19th century spa. To understand the form and sense of that stage one must be acquainted with the elements that made up the collective imagery of the society that strutted across it. The crystallisation of the social function of a place depends to a large extent on the "symbols of desire" of the period, i.e. on what appealed to 19th century society.

El balneario está determinado por dos funciones primordiales que condicionan la configuración del lugar: el restablecimiento y cuidado de la salud, y el ocio como prolongación de la vida social de las enriquecidas clases urbanas. La función "terapéutica" del balneario implica la observancia de una disciplina, impuesta por las prescripciones médicas, pero el hecho de que sea una elección voluntaria, lo convierte, ante todo, en una gran empresa del ocio. Pertenece a lo que Walter Benjamin denominó "industria de la diversión", un lugar creado para la clase media-alta que acude a él buscando, fundamentalmente, un espacio de recreo a su medida. El perfil de estos potenciales clientes es determinante para definir las características de ambas funciones. Los propietarios de los establecimientos, conscientes de que el éxito de su empresa depende de la captación de esta selecta clientela, esgrimen los argumentos más adecuados para atraerla. Crean una imagen del balneario marcadamente elitista, a la medida de un "consumidor" urbano de clase media-alta, cuya principal "razón de ser" consiste en el cuidado de la salud, a través de las aguas y el contacto con la naturaleza, bajo el oportuno cuidado médico, y la suspensión de la vida en la ciudad, siendo al mismo tiempo un espacio dotado de lo mejor que ha producido la civilización y el progreso. Existe una contradicción esencial en este planteamiento que se puede sintetizar en dos binomios formados por términos opuestos: el binomio campo/ciudad y el binomio mito/ciencia. Ambos binomios se relacionan entre sí: el campo es el lugar del mito, existe como representación, y se identifica con la pureza de un estadio primitivo; la ciudad, en cambio, es el espacio tecnificado creado por el hombre, el lugar del artificio, de lo insano y lo

The spa has two main functions which determine its configuration: to restore and promote health, and to provide a setting for the recreational activities of well-to-do city dwellers. The therapeutic function of the spa involved adherence to a medically prescribed regimen, but the fact that this was a voluntary choice turned it, first of all, into a major recreational enterprise. It belonged to what Walter Benjamin was to call the "leisure industry", a place created for the bourgeoisie and upper classes that flocked to it as a tailor-made recreation space. The nature of these potential clients was what determined the characteristics of both functions. The proprietors of the establishments, aware that the success of their businesses depended on attracting this select clientele, used every means at their disposal to do so. They cultivated an image of the spa as highly elitist, suited to well-heeled urban consumers, whose health they promised to enhance through contact with the waters and the outdoors, under a physician's watchful eye, and to provide a break from city life, but not from its comforts and refinements. There is an important contradiction in this approach, and it can be summed up in two pairs of opposites: country/city, and myth/science. The two are related, for the country is the setting for the myth, existing as representation, and identified with the purity of a primitive state, while the city is the technological man-made space, home of the artificial, the unhealthy and the anti-natural, all of them causes of illness. These components (taker of waters cum consumer, and the country/city and myth/science dualities)

42

Buvette

antinatural que produce la enfermedad. Estos componentes (agüista-consumidor, y los binomios campo/ciudad y mito/ciencia), en los que se cifrará la configuración social del lugar balneario, lo convierten en un producto típico del XIX, y portan el germen de su decadencia. Como producto capitalista, el balneario se convierte en espectáculo, en mercancía. Los balnearios surgen al mismo tiempo que los escaparates de las calles principales. La moda, casi tanto como la ciencia, sustenta el auge del balneario. Esta es una de las claves de su caducidad. La ciencia y la tecnología evolucionan, en cambio, los hábitos basados en la moda son efímeros, exigen de una perpetua renovación. Como los pasajes decimonónicos, los balnearios pronto se convierten en estructuras decadentes que ya no gobernarán la imaginación colectiva y se reconocen como las ilusorias imágenes oníricas que siempre fueron. Tras la II Guerra Mundial, aproximadamente, el modo de vida de los balnearios, como el de los Grandes Hoteles, se convierte en un anacronismo.

Agüista-Consumidor

El balneario decimonónico es un "producto" construido a la medida del deseo de las clases privilegiadas, grupo marcado por unas necesidades y unas costumbres muy definidas. La mayor parte de los agüistas que acudían a los grandes balnearios pertenecía a la aristocracia y la alta burguesía que, ante todo, demandaba orden, seguridad, y alternativas de ocio equiparables a sus elegantes costumbres urbanas. Los comportamientos que regían la vida de esta clase social serán cuidadosamente contemplados en el diseño del balneario, donde la estancia no solía ser inferior a los veintiún días de rigor

in which the social configuration of the health spa are encoded, made it a typical 19th-C. phenomenon, and they also bore the seeds of its decadence. A capitalist product, the spa became a spectacle, a type of merchandise. The spas arose concurrently with show windows in city high streets. For it was fashion, as much as science, that fuelled the rise of the spa. This is one of the keys to their perishable nature. Science and technology evolve, but habits based on fashion are ephemeral, and subject to constant renewal. Like 19th-C. landscapes, the spas soon became decadent structures that no longer figured in the collective imagination, but were now recognised as the illusory dreamscapes that they always had been. After World War II the health spas, along with the grand hotels, became an anachronism.

Taker of Waters cum Consumer

El 19th-C. spa was a "product" designed to appeal to the privileged classes, a group with well-defined needs and habits. Most of the clients of the great spas belonged to the aristocracy or the haute bourgeoisie and they demanded, above all, order, security, and amusements options in keeping with their elegant urban lifestyles. Their behaviour and activities were taken into the most careful consideration by those who designed the spas, where stays were rarely shorter than the minimum therapeutic period of 21 days, during which time the visitor's comfort had to be assured. The characteris-

43

Buvette







MONDARIZ.



ESCALERA EXTERIOR 140, HOTEL NUMERO 2.
De Fotografía de Espino y Martín (Madrid).





impuestos por el tratamiento, y durante los cuales debía asegurarse la comodidad del cliente. Los rasgos que definen al usuario tipo y sus hábitos son convenientemente asumidos por el balneario decimonónico que, dada la homogeneidad de los valores burgueses, adquiere una validez general para todo el marco europeo.

Durante el siglo XIX la sociedad francesa era el modelo de la sociedad cosmopolita europea, y el París creado por Haussmann, con sus grandes avenidas iluminadas y lujosas viviendas abuhardilladas, la ciudad ideal. Pero a partir de la primera década del XX, Inglaterra toma el relevo como el principal referente de la alta sociedad europea. La enorme influencia de los valores y estilos de vida ingleses en la aristocracia española, como en el resto de Europa, es un dato bien conocido. La moda de imitar las costumbres inglesas, inequívoca muestra de distinción, afectaba tanto a la vestimenta y a ciertas expresiones, como a los juegos, deportes, y las prácticas de higiene introducidas por Gran Bretaña. El Higienismo, nueva ciencia de la salud que concentra su interés en la limpieza, afectaba a todos los aspectos de la vida, desde el aseo y la alimentación, hasta las costumbres. La influencia reconocida de lo físico sobre lo moral determina el valor de la limpieza y el orden. Durante el XIX los médicos tienen tanto poder e influencia en su tarea de preservar la salud de la familia –su unidad, por lo tanto–, alejándola de las costumbres dañinas, que se convierten en “los nuevos sacerdotes”, sus órdenes serán acatadas con sumisión y respeto.

Ante el empeoramiento de las condiciones de habitabilidad urbana causado por la Revolución Industrial, el Higienismo propone la cura de reposo y

tics of the typical client were catered to by the 19th-C. spa, and given the homogeneity of bourgeois values, spas were organised along similar lines throughout Europe.

During the 19th century French society was the European model of cosmopolitan life, and Haussmann's Paris, with its broad illuminated avenues and its lavish gabled mansions, was regarded as the ideal city. But after about 1910, England took over as the model for Europe's high society. The huge influence of English values on Spain's aristocracy, and on the rest of Europe, is well-known. The fashion for aping English customs, an unequivocal mark of distinction, affected people's wardrobes, expressions, games, sports, and even their hygiene. Hygiene, a new science of health that focuses on cleanliness, affected all aspects of life, from bathing to food, as well as customs. The acknowledged influence of the physical upon the moral determined the emphasis on cleanliness and order. In the 19th century physicians had such power and influence in their task of preserving the health of the family –and thus its unity–, and helping it to avoid harmful habits, that they were “the new priests”, and their orders were obeyed with submission and respect.

As cities became increasingly unhealthy following the industrial revolution, the hygiene movement advocated rest cures in the outdoors, and especially at spas in the mountains or seaside baths. A need was created for healthy living amongst greenery, and much was made of the supposedly healing properties of country life. The inhabitant of

14

Buvette

al aire libre, que encuentra su espacio idóneo en el balneario de montaña o en los baños de mar. Se crea la necesidad de la vivienda salubre y los espacios verdes, mitificando las propiedades curativas de la vida campestre. Y el habitante de las ciudades decimonónicas está preparado para vivir con plenitud esta experiencia. El romanticismo extiende la costumbre del pasear por la naturaleza, de la exploración de sus secretos y el disfrute de sus paisajes. Desde finales del XVIII se vive un cambio de actitud hacia la naturaleza, a la manera de Rousseau en sus *Rêveries d'un promeneur solitaire* (1782), los viajeros dejarán vagar su espíritu para recrearse en la calma de la naturaleza, en la visión del mar o en la experiencia de lo sublime en la montaña. El pintoresquismo educa la mirada y le permite descubrir los paisajes fascinantes que antes ha captado la pintura y, muy pronto, la fotografía. Las estaciones termales de montaña se convierten en lugares predilectos para el viajero romántico. La romántica cultura de los viajeros pronto da lugar al turismo organizado, en buena medida impulsado por el avance del transporte. A lo largo del siglo XIX el contacto con la naturaleza se instrumentaliza. La figura del paseante “rousseauiano” y el *flâneur*, o paseante urbano, se funden en el agüista en traje de paseo que deambula por el balneario. El término turista aparece en Francia en 1816, y es popularizado por Stendhal en *Mémoires d'un touriste* (1833) donde lo define como un individuo de clase alta y eminentemente urbano. Los libros de los viajeros románticos son sustituidos por las más precisas guías, como las de la editorial Baedeker o, posteriormente, la *Guide Michelin* (1900), destinadas a estos turistas que abandonan la ciudad en verano para acudir a balnearios de moda, dónde se

the 19th-C. city was ready to experience this boon in the fullest measure. Romanticism spread the custom of nature walks, the exploration of nature's secrets and the enjoyment of its landscapes. From the close of the 18th century on there was a change in attitudes towards nature, as evidenced by Rousseau's *Rêveries d'un promeneur solitaire* (1782), and travellers left their spirits free to stroll through nature's calm, to capture a view of the sea, or to experience the sublime in the mountains. This new taste for the picturesque educated the gaze and allowed people to discover the fascinating landscapes that had been depicted by painters, soon to be followed by photographers. Mountain hot springs became preferred destinations of Romantic travellers, who prefigured organised tourism, which spread as new means of transport came onto the scene. In the course of the 19th century contact with nature became a commercial proposition. The Rousseavian hiker and the city *flâneur* converged in the “taker of the waters” who strolled to and fro in the health spas. The word “tourist” was coined in France in 1816, and was popularised by Stendhal in *Mémoires d'un touriste* (1833) in which he applied the term to an upper-class city dweller. The books by the Romantic travellers were replaced by more precise guidebooks, such as those of the Baedeker publishing house, and *Guide Michelin*, which first appeared in 1900, and which were aimed at those tourists who left their city homes in summer to stay at the most fashionable spas, where their social lives could continue throughout the season. In the second half of the 19th centu-

Buvette

15

ha trasladado la vida mundana esa temporada. En la segunda mitad del XIX, las estaciones termales de montaña, equipadas con todas las comodidades de la época, se convierten en los destinos predilectos. Sin embargo, en las décadas finales del XIX la ciencia se impone al sentimiento romántico. El estudio de la fauna, flora y el clima de las estaciones termales, y las difundidas ventajas para el organismo de este tipo de turismo lo convierte, principalmente, en una práctica sana y deportiva, ofreciendo a la conservadora burguesía del XIX una incuestionable coartada para el ocio.

La recuperada costumbre entre la aristocracia de pasar la temporada de verano alejados de la ciudad, pronto será imitada por la burguesía. El hecho de poder evadirse de la ciudad era sinónimo de éxito social y prosperidad económica. El año se divide en temporadas: la de invierno y primavera en la ciudad y la de verano y parte de otoño en el campo. En la mayoría de los casos la burguesía no poseía una vivienda en el campo, de modo que la alquilaban para la temporada, o bien se instalaban en hoteles. Esto favorece la construcción de hospedajes fuera de la ciudad y especialmente de los balnearios, que se convierten en auténticos focos de la vida social. En ellos se dan cita la aristocracia y los “advenedizos”, y las revistas de moda ofrecen frecuentes crónicas sobre la “vida balnearia”: “Las aguas son en verano lo que los salones en invierno” afirmaba un diario francés en 1846. Es difícil establecer el porcentaje de verdaderos enfermos que acudían al balneario, ya que, principalmente, se trataba de estar en el “marco adecuado” impuesto por la moda. El esnobismo que produce la imitación de los hábitos de las clases superiores es un factor decisivo para el éxito del termalismo,

ry, mountain hot springs, equipped with all the creature comforts, were the favourite destinations of the well-to-do. However, in the closing decades of the 19th century scientific considerations shouldered romantic ones aside. The study of the fauna, flora, and climate of the hot spring resorts, and the much-touted advantages to bodily health of treatments there made this type of tourism chiefly a health-focused activity, offering the conservative 19th-C. bourgeoisie a perfect excuse for their leisure.

The revival among the aristocracy of spending the summer season far from the city would soon be imitated by the bourgeoisie. To escape from the city was a sign of social success and economic prosperity. The year was divided into seasons: winter and spring in the city, and summer and part of the autumn in the country, where lodgings or hotel rooms were engaged for the season. This encouraged the construction of lodgings outside the cities and especially of spas, which became genuine hives of social activity. It was there that the aristocrats rubbed shoulders with the *nouveau rich*, and fashion magazines offered frequent coverage of “resort life”: “In summer the waters take the place of winter salons,” explained a French magazine in 1846. It is difficult to ascertain the proportion of people with actual health problems among visitors to the spas, but most people came because it was the fashionable thing to do. Snobbery and the aping of the customs of the upper classes determined the success of these bathing establishments, as visitors sought the confirmation of their social standing or their company. They spawned

56

Buvette

mo, el agüista busca en el balneario la confirmación de su categoría social o su compañía. Esto originaba una curiosa mezcla: miembros de las clases altas, hombres de estado, eclesiásticos, militares, artistas, aventureros, etc. El balneario, como el Gran Hotel, es uno de los espacios predilectos de la sociedad, en ellos se albergan reyes, artistas, políticos y otras personalidades, alrededor de las cuales se celebran reuniones políticas, sociales y culturales. Esto contribuyó a que, desde muy pronto, el balneario se convirtiese en el perfecto escenario para todo tipo de *affaires*. Este carácter frívolo y cosmopolita es recogido por la literatura, que no sólo encontró en él una fuente de inspiración, sino que ofrece algunas de las mejores recreaciones de la vida en “las aguas” que complementan la información sesgada de las guías turísticas y las publicaciones balnearias. Muchos de los principales escritores del XIX y principios del XX –Goethe, Jane Austen, Walter Scott, Balzac, A. Dumas, Flaubert, Dostoievski, Emilia Pardo Bazán o A. Schnitzler, por citar a unos cuantos– sitúan alguna de sus obras en este escenario, que la mayoría conocía bien, y recrearon estos espacios de un modo más o menos complaciente. Pero también la prensa situaba en los balnearios españoles algunas de sus intrigas de folletín, lo que demuestra el alcance popular de este espacio. Concretamente, *La Ilustración Española y Americana* y la revista femenina *La moda elegante* publican en 1900 varios relatos ambientados en Mondariz.

A pesar de la modestia de las primeras instalaciones Mondariz tuvo prácticamente desde su origen una importante clientela. Además de las aguas, los

a sometimes curious mix, including aristocrats, statesmen, churchmen, military officers, artists, and fortune-seekers. The spas, like the “grand hotels”, became a favourite venue for members of high society, and guests included monarchs, artists, politicians, and other celebrities, and political, social, and cultural gatherings were common. This meant that from early days the spa was a perfect backdrop for all types of *affaires*. The frivolous and cosmopolitan character of these places is well-documented by literature, as writers regarded them not only as a source of inspiration, but also they offered some of the best depictions of life “at the waters” supplementing the biased information in the tourist guides and the spas’ publications. Many of the most celebrated writers of the 19th and early 20th centuries –Goethe, Jane Austen, Walter Scott, Balzac, Dumas, Flaubert, Dostoyevsky, Emilia Pardo Bazán and A. Schnitzler, to name only a few– set some of their stories in these establishments, with which most of them were well-acquainted, portraying them in a more or less favourable light. But the spas were also used as settings for the stories of crime and intrigue that were so popular as serials in weekly magazines. In 1900 both *La Ilustración Española y Americana* and the ladies’ magazine *La moda elegante* ran several stories whose action was set in Mondariz.

Despite the modest scope of its initial installations, almost from the day it opened Mondariz could boast an important clientele, and the notable visitors constituted an attrac-

57

Buvette

agüistas constituyen en estos años un reclamo primordial. Lo importante, en este caso, no es tanto el dato cuantitativo como el cualitativo, es decir, el tipo de agüista que atraía el establecimiento y, sobre todo, cómo se divulgaban y utilizaban sus nombres. La memoria médica de 1898 registra 2644 agüistas, (2542 "acomodados", 94 "pobres" y 8 de "tropa"), mientras que el lisboeta *Jornal do Comercio* aseguraba que 6000 agüistas procedentes de varios puntos de Europa y América habían pasado la temporada de 1898 en el balneario. Estas cifras lo convertían en el establecimiento hostelero más importante de toda Galicia, si bien es preciso señalar que Mondariz tenía la temporada oficial más larga: mientras que en la mayoría de los balnearios empezaba el 1º de julio y terminaba el 30 de septiembre, en Mondariz lo hacía desde el 1º de junio hasta el 6 de octubre, y en los meses de mayo y octubre, al menos desde 1912, se mantenía abierto uno de los hoteles secundarios del establecimiento, el llamado número cinco.

Uno de los requisitos que una clientela distinguida exigía a las aguas termales era su "conveniencia". Como atestigua Emilia Pardo Bazán, algunas estaban socialmente mejor consideradas que otras: "...entre las aguas minerales las hay que es honroso beber, y las hay que es sospechoso y denigrante... No he de especificar estas últimas, líbreme Dios, por lo mismo que su nombre, virtudes y efectos están en la memoria y en la mente de todos; pero al frente de las primeras, de las que viste bien tomar y necesitar, figuran las bicarbonatado-sódicas –Vichy, Mondariz–. Sin afirmar que sólo acuda a estas fuentes la gente de entendimiento, de verdadera actividad cerebral y de alta cultura, digo que en ellas siempre la he visto en mayoría".

tion as strong as that of the waters themselves. Here quality was more important than quantity, i.e. the type of guest that was attracted by the establishment, and, above all, how their names were publicised and used. Records from 1898 list a total of 2644 clients, identifying 2,542 as *acomodados* (well-to-do), 94 *pobres* (poor) and 8 *de tropa* (of the common herd). Lisbon's *Jornal do Comercio* newspaper reported that 6,000 health seekers from all parts of Europe and the Americas had spent the 1898 season at the spa. These figures indicate that Mondariz was the most important establishment of its kind in the whole of Galicia, though it should be noted that it had the longest season, and while most spas opened their doors on 1st July and closed on 30th September, Mondariz opened on 1st June and closed on 6th October. As of 1912, it also kept one of its smaller hotels, the so-called number five, open in the months of May and October. One of the requirements that a distinguished clientele demanded from the hot springs was "suitability". As the writer Emilia Pardo Bazán noted, some were more highly regarded than others in social terms: "(...) of the mineral waters there are those which it is respectable to drink, and others that are suspect and degrading. God knows that I need not identify the latter, whose names, virtues and effects are in the memory and the mind of everyone; but as regards the former, of those waters which it is highly regarded to take and to need, there are the sodium-bicarbonates–Vichy, and Mondariz. Without claiming that they are visited solely by people of understanding, of genuine

58

Buvette

Buvette

Algunos cronistas afirmaban que "el amor que le tienen los portugueses" y "la predilección con que a él acuden los intelectuales", eran los dos rasgos esenciales del balneario de Mondariz. Ya en 1888, cuando apenas contaba con una sencilla fonda, Emilia Pardo Bazán identificaba Mondariz con la moderna alternativa a los "regios monasterios en que se realizaba el ideal de Fray Luis de León, de vida ritma y contemplativa" para "la flor y la nata de España y Portugal". Diez años más tarde, inaugurado el Gran Hotel, La Temporada afirmaba que la mayoría de los agüistas procedían de "grandes centros de población, en donde el predominio de la vida intelectual suele alterar el funcionamiento de la vida orgánica y pertenecen en su mayor parte a las clases acomodadas y cultas. Están pues acostumbrados a la comodidad".

Campo/Ciudad

El ideal de la vida campestre como contrapartida a la vida urbana existía mucho antes de que la Revolución Industrial y sus efectos provocasen la demonización de la ciudad, convirtiéndola en el foco de los males del hombre moderno. Las villas romanas son la primera manifestación de este modo de vida articulado por una desarrollada cultura urbana que hace de la experiencia de habitar el campo un arquetipo a la medida de sus necesidades. En la Antigua Roma, como revelan las cartas de Plinio el Joven, se aconsejaba al hombre de ciudad adquirir una pequeña propiedad en el campo para desintoxicarse de los excesos de la vida urbana. A mediados del siglo XIV, Petrarca vuelve a situar en el campo el espacio ideal para la vida contemplativa y la creación artística y filosófica. En el siglo XVI, Palladio escribía que la vida

cerebral activity, and high culture, I will say that I have always found such people to be in the majority there."

Some chroniclers said that amongst the essential features of Mondariz were "the love the Portuguese have for it" and "the predilection with which it is visited by intellectuals". As early as 1888, when it boasted scarcely more than an inn for visitors, Emilia Pardo Bazán saw Mondariz as a modern alternative to the "regal monasteries in which Fray Luis de León's ideals of an orderly and contemplative life could be pursued" by "the cream of Spanish and Portuguese society". Ten years later, when the grand hotel was opened, the magazine *La Temporada* ["The Season"] reported that most of the visitors came from "large centres of population, where the predominance of intellectual life tended to alter the functioning of organic life and belonged in the main to the well-to-do and educated classes. Thus they are accustomed to comfort."

Country/City

The ideal of life in the country as a means of offsetting the urban hustle and bustle long pre-dates the industrial revolution and its effects, which led to the demonization of cities as the source of all the ills suffered by modern man. Roman villas were the first manifestation of that way of life as sought by a highly developed urban culture that made the experience of country life an archetype made to the measure of their needs. In an

59



*Salude en mi nombre
à su demas familia*



Aguas de Mondariz

Avenida principal del Establecimiento.







"es el lugar donde el cuerpo conserva más fácilmente la fuerza y la salud; y en el que, finalmente, fatigado con la agitación de la ciudad, se recuperará y reconfortará en gran medida". La nobleza y la alta burguesía del siglo XVIII, intenta paliar la "nostalgia por el campo", lugar de la inocencia perdida divinizado por Rousseau, con la creación de sus propias "vaquerías" y otros edificios pintorescamente rústicos. James Malton, autor de un volumen dedicado a diseños de villas, publicado en 1802, afirmaba: "Los sabios, los virtuosamente independientes, que prefieren el puro y tranquilo retiro del campo, a las fétidas alegrías de la ciudad tumultuosa, son los que tienen las mayores probabilidades de disfrutar esa bendición de la vida, la felicidad". Esta idea, que ha llegado prácticamente inalterable hasta hoy, está en la base del balneario.

La idealización del campo se refuerza capciosa y sistemáticamente en su oposición a la ciudad, a pesar de las diversas variaciones de ambos conceptos a través del tiempo. En el balneario, este antagonismo se reduce a aquellos aspectos "estratégicos" que sirven a su imagen ideal: el espacio urbano es fuente de enfermedad física y mental, en cambio, el espacio balneario, abierto a la naturaleza, es fuente de salud; la ciudad es el lugar del trabajo y las obligaciones cotidianas, que generan fatiga y el estrés, mientras que el balneario impone otra rutina, basada en el tratamiento y el ocio. Pero, en definitiva, son las clases urbanas quienes, con sus prejuicios y sus hábitos, pueblan el campo y trasladan a él sus necesidades. Las dolencias que padece el agüista típico, citadas en una guía de las aguas de Mondariz de 1879, son propias del habitante de la ciudad: "El abuso de sustancias aperitivas y ex-

cient Rome, as we learn from the letters of Pliny the Younger, city men were advised to purchase small country estates to cleanse themselves of the excesses of urban life. In the middle of the 14th century, Petrarch again declared the countryside to be the ideal space for contemplation and the practice of art and philosophy. In the 16th century, Palladium wrote that the country residence "is the place where the body most readily conserves its strength and health; fatigued with the agitated life of the city, one will recover and be greatly comforted". The nobility and the *haute bourgeoisie* of the 18th century tried to slake their nostalgia for the country, the site of lost innocence sanctified by Rousseau, by creating their own "dairies" and other picturesquely rustic buildings. In his 1802 book about the design of country cottage retreats, James Malton wrote: "The wise, the virtuously independent, who prefer the pure and tranquil retirement of the country, to the foetid joys of the tumultuous city, are they who take the most likely means to enjoy that blessing of life, happiness". This idea, which has hardly changed since then, is the basis of the spa.

The idealisation of the countryside is cunningly and systematically strengthened in its opposition to the city, despite the many variations of the two concepts over time. At the spa, this antagonism is confined to those "strategic" aspects that serve its "ideal" image: urban space is a source of physical and mental disease, while the spa, open to nature, is a source of health; the city is a place for work and meeting obligations that

20

Buvette

citantes; la incompleta masticación de los alimentos; ciertos medicamentos, los excesos venéreos y de las bebidas; la vida sedentaria; los trabajos mentales muy continuados y los cambios bruscos de temperatura son las causas más frecuentes de los padecimientos que buscan su alivio en estas aguas" La ciudad es el lugar del progreso, otro de los mitos de la modernidad que sostiene al balneario decimonónico, que se presenta casi como un ensayo de un estilo de vida perfecto, posibilitado por el alto grado de civilización y de medios alcanzado por la cultura occidental. Los avances de la civilización industrial, principalmente los nuevos medios de transporte y comunicación, así como las comodidades y servicios propios de los núcleos urbanos (iluminación eléctrica, telégrafo, teléfono, etc.) contribuyen en gran medida al desarrollo y el éxito del balneario. Como los grandes cruceros de lujo, alardes de la tecnología de principios de siglo, el balneario es un espacio prácticamente autónomo, se autoabastece considerando la necesidad de ofrecer a sus visitantes todo lo que necesitan durante su estancia. El aislamiento del exterior marca una primera diferencia, el entorno inmediato no le ofrece lo que necesita, su modelo no es el tipo de vida austero del rural, sino la elegancia y el esplendor que revisten las diversiones de las grandes ciudades. El espacio urbano es pues, al mismo tiempo, el referente y aquello de lo que se huye.

La conciencia urbanística del siglo XIX insiste en la prioridad de creación de espacios verdes y salubres, mientras las nuevas ciudades industriales son extraordinariamente caóticas e insanas debido a su rápido crecimiento y a la especulación. La melancolía, el *spleen* que abate a la juventud europea ini-

cause fatigue and stress, while the health spa imposes another regime, one of therapy and leisure. But at the end of the day it was the city folk who, with their prejudices and habits, thronged to the country, bringing their their needs with them. The ills suffered by the typical visitor, as enumerated in 1879 in guide to the waters of Mondariz, were endemic to city dwellers: "The abuse of aperitifs and stimulants, the incomplete mastication of foods, certain medicines, sexual and alcoholic excesses, the sedentary life; very prolonged mental tasks; and rapid changes of temperature are the most common causes of the ills for which relief is sought in these waters."

The city is the place of progress, another of the myths of modernity that was upheld by the 19th-C. spa, which was regarded as an attempt to establish a perfect lifestyle, made possible by the high degree of civilisation and of means attained by Western culture. The advances of industrial civilization, chiefly the new means of transport and communication, along with the comforts and services associated with urban centres (electric lighting, the telegraph and telephone, etc.) contributed substantially to the development and success of the spa. Like the great luxury cruises, showcases of turn-of-the-century technology, the spa was a practically autonomous space, providing for all the needs of its visitors during their stays. Isolation from the outside world marked an initial difference, since the immediate surroundings did not furnish what was needed. The model was not the austere variety of the rural, but rather the elegance and splendour

21

Buvette

secular, enfermedad tradicionalmente asociada al habitante de los núcleos urbanos, fue descrita por el clérigo y escritor inglés Robert Burton en *Anatomy of Melancholy* (1621), obra muy popular en toda Europa, que proponía los baños termales y el contacto con la naturaleza como posibles remedios. Esta será una de las referencias para la romántica fe en el poder restaurador de la naturaleza y su recreación en el paisaje. El Higienismo dota de nuevos argumentos a esta actitud, refrendando científicamente las virtudes de la vida al aire libre. Esto convertía a los balnearios, centros situados en plena naturaleza, rodeado de bosques, jardines y, normalmente, con algún río cerca, en un lugar paradigmático. Los propietarios, conscientes de esta condición "ideal", la convierten en uno de los principales elementos de sus establecimientos balnearios.

Una característica esencial que define a la vida en el campo es la interrupción del ritmo de vida urbano. El balneario impone una nueva rutina y organización del tiempo de acuerdo con la disciplina impuesta por el tratamiento y los espacios de ocio. Se establece así una nueva relación con el Tiempo, que gira en torno al tratamiento –visita a las fuentes, baños, paseo, comidas y paseos– y al ocio, que llena las horas del día restantes, que son muchas. Tomar las aguas es el complemento de la vida elegante del invierno, de manera que a los tradicionales paseos considerados parte del tratamiento termal, se suman el tipo de diversiones que se encuentra en la ciudad, desde los juegos de mesa a los recitales de poesía. La música está presente en casi todos los momentos de la vida del agüista, en el parque, en el come-

of the amusements of the great cities. Thus the city was at once the model and the place from which to flee.

In accordance with 19th C. planning notions there was an emphasis on healthy green space, contrasting with the chaotic and unhealthy industrial cities in the throes of speculation and runaway growth. The melancholy that plagued turn-of-the-century youth was blamed on the rigours of city life. Such melancholy had been described in Robert Burton's *Anatomy of Melancholy*, published in 1621 and very popular throughout Europe. In it the author proposed hot springs and contact with nature as possible remedies, and this was cited by the Romantics, who believed in the restorative power of nature and its re-creation in landscape painting. The advent of the hygiene movement lent new scientific arguments to the holders of this belief in the curative powers of the open air. This made the spa, in a natural setting, surrounded by woodlands, gardens, and in all likelihood a river, a paradigmatic locale. Their owners, aware of the "ideal" conditions of their properties, eagerly took up these arguments.

One thing that defines country life is the slower pace, when compared to that of the city. The spa imposed a new routine and organisation of time in accordance with the therapeutic regime and recreation periods. The new relation with time centred on treatments –visits to the fountains, baths, a stroll, luncheon, another stroll, and recreation to

22

Buvette

dor y en el casino o salón de fiestas, donde bailes, conciertos, representaciones teatrales, y otros espectáculos, llenaban las veladas. La búsqueda del placer en las numerosas actividades de ocio impregnaba de una frivolidad algo morbosa este modo de vida, alimentado por el deseo de superar la enfermedad y que roza, por tanto, aunque nunca se mencione, el ámbito de la muerte. Esta especie de ambigüedad consustancial al balneario, le concede un carácter especial que lo distancia de dos instituciones con las que comparte ciertas semejanzas, pero que mantienen un carácter mucho más coherente y definido: el Gran Hotel y el Hospital.

Las villas suburbanas y los balnearios son espacios destinados a las clases urbanas adineradas, creadoras y principales usuarias de estos espacios. Obviamente, estos espacios no pueden surgir de otro contexto, pues el hombre que forzosamente debe vivir del campo no comparte la visión idílica de las clases superiores ni las pautas culturales urbanas que dominan esta manifestación. Es la ciudad la que genera la "nostalgia por el campo" y esta necesidad casi mitológica, en virtud de la cual las clases enriquecidas gracias a la industria y el comercio urbanos, pueden "colonizar" el campo y recuperar el vínculo primitivo con la naturaleza. El balneario en el campo se convierte para sus usuarios en espacios "tranquilizadores" que no sólo cuidan de su salud, sino que garantizan su supremacía y el mantenimiento del orden frente a la agitación que caracteriza la ciudad, foco de progreso, pero también de males y enfermedades, de revueltas sociales y de caos. En el espacio de esta fantasía social, cerrado, autosuficiente y convenientemente legitimado, no caben las tensiones sociales, sino la afirmación y el refuerzo de

fill the remaining hours, which were many. To take the waters was a complement to the elegant social life of wintertime, and aside from the walks which were a part of the treatment, there were more urban amusements, such as board games, cards, and poetry recitals. Music was omnipresent, in the park, the dining room, and the casino and ball rooms where dances, concerts, and theatrical performances were held in the evenings. The search for pleasure in the numerous leisure activities endowed spa life with a frivolity bordering on the morbid, nourished by the desire to overcome illness, and thus touching on –though it was never mentioned– the territory of death. This sort of ambiguity which was integral to the spa lent it a special character that distinguished it from other institutions with which it shared some features, but which had none of this ambiguity, to wit; the grand hotel and the hospital.

Country villas and spas were created and built for the urban moneyed classes, and it could hardly have been otherwise, since people who are obliged to live and work in rural areas do not share the urbanite's idyllic notions of country life nor yet his culture. It is the city that engenders the "nostalgia for the country" and this almost mythological need, by virtue of which these people enriched by urban industry and commerce, could "colonise" the country and recover the primitive link with nature. The country health spa became a space of tranquillity for its visitors, and not only cared for their health, but also ensured their supremacy and the maintenance of order in face of the agitation

23

Buvette

una estructura social y económica. En definitiva, el balneario se concibe casi como un trasunto o una versión mejorada de la ciudad decimonónica, de la que se han eliminado todos los aspectos negativos o “molestos”. El balneario no comparte la intención utópica de crear una ciudad ideal que albergue a una sociedad perfecta, como pretendía Ebenezer Howard con la “Ciudad jardín” a finales del XIX, sino que más bien se define como un espacio exclusivo y ensimismado, muy conservador, que se sitúa prácticamente en las antípodas de la naturaleza social de los proyectos utópicos.

Mito/Ciencia

El balneario en el campo encuentra su legitimación en la ciencia tanto como en el mito, es decir en las “narraciones” que dotan de sentido y forma a la realidad y, de alguna manera, justifican y validan socialmente un modo de vida relacionándolo con un valor supremo indiscutible. En una institución tan burguesa y elitista como el balneario este proceso es especialmente visible. El balneario, para mantener su imagen idealizada necesita disfrazar el entramado productivo.

El mejor antecedente de este proceso se encuentra en el fenómeno de la *villeggiatura*, tal y como se dio en el Renacimiento en Italia, cuando la villa, además de procurar ocio y bienestar, se convierte en un espacio generador de bienes económicos y centro neurálgico de una región. Desde entonces se puede distinguir claramente entre las villas suburbanas, destinadas exclusivamente al recreo, y aquellas que se sustentan en la explotación de los recursos naturales, incorporando una finalidad económica de la que este mo-

that characterised the city, the centre of progress, but also the focus of ills and illnesses, of social upheaval, and of chaos. In the space of this social fantasy, closed, self-sufficient and properly legitimised, there were no social tensions, but only the affirmation and reinforcement of a social and economic structure. In sum, the spa was conceived as a likeness or perfected version of the 19th-C. city, from which all negative or “bothersome” aspects had been removed. The spa did not share the Utopian intention of creating an ideal city that housed a perfect society, as Ebenezer Howard proposed with his “garden city” at the end of the century, but rather it was defined as an exclusive and narcissistic space; highly conservative, and almost at the antipodes of the utopian projects of the day.

Myth/Science

The health spa in the country found its legitimacy in science as much as in myth, i.e. the “narratives” endow reality with sense and shape and in some way justify and socially validate a way of life by relating it with an indisputable supreme value. In an institution as bourgeois and elitist as the spa this process is especially visible. In order to maintain its idealised image the space needs to disguise its commercial underpinnings. The best antecedent of this process is found in the phenomenon of the *villeggiatura* in Renaissance Italy, when the villa, in addition to providing leisure and well-being, be-

24

Buvette

do de vida carecía en la Antigüedad. Ambas están ligadas al ideal cultural de recuperar un estado de pureza de características míticas, así como a la posibilidad de crear un entorno acorde con “los placeres de la imaginación” sugeridos o modelados, en buena medida, por las expresiones literarias y pictóricas. En sus primeras manifestaciones, la villa suburbana convierte la naturaleza en el *locus amoenus*, “lugar predilecto” de la literatura antigua, espacio arcádico ideal recreado por la poesía bucólica de Teócrito y Virgilio, al que se añaden objetos culturales generados por una sociedad urbanizada, como ejemplifica la célebre villa de Adriano. Pero desde el momento en que la villa se convierte también en un espacio productivo, despliega una nueva mitología destinada a enmascarar esta faceta. Se convierte al capitalista en humanista, y la religión, valor supremo que unía a todos los miembros de la sociedad, constituirá su mejor soporte. Este nuevo modo de vida acude al mito para dar validez a su función, a los sujetos que lo conforman, e, incluso a su manifestación física, es decir, su formalización en el espacio y su representación.

Mientras que entonces el mito actuaba como principal elemento de control, en el balneario decimonónico sobrevive, principalmente, como reclamo y elemento articulador de su imagen, en la medida en que traduce los ensueños de una época. Como corresponde a un siglo que, siguiendo los dictados de la Ilustración, ha afirmado la soberanía de la ciencia, ésta se impone como el principal mecanismo legitimador. Las legitimaciones de tipo mítico-religioso que servían a la *villeggiatura*, y las virtudes casi milagrosas atribuidas a las aguas en el contexto pre-científico, dejan de ser ope-

came a space that spawned economic goods and operated as a nerve centre for a region. Since then there has been a clear distinction between suburban villas, intended solely for leisure, and those that were sustained by the exploitation of natural resources, incorporating an economic purpose which this way of life lacked in antiquity. Both are linked to the cultural ideal of recovering a state of purity with mythical overtones, as well as the possibility of creating a habitat in accord with “the pleasures of the imagination”, suggested or modelled, to a great extent by literary and pictorial expressions. In its first manifestations, the suburban villa turned nature into the *locus amoenus*, or “favourite place” of ancient literature, an Arcadian space described in the pastoral poetry of Theocritus and Virgil, to which were added cultural objects engendered by an urban society, as the emperor Hadrian’s celebrated villa exemplified. From the moment that the villa also became a productive space, a new mythology was devised to mask this facet. What was capitalist became humanist, and religion, the supreme value that united all members of a society, was to be its best support. This new life style turned to the myth to validate its function, the subjects that it involved, and even its physical manifestation, i.e., its formalisation in space and its representation.

25

Buvette

While the myth then operated as the key element of control, in the 19th-C. spa it survived chiefly as an attraction and as an expression of its image, to the extent that it em-

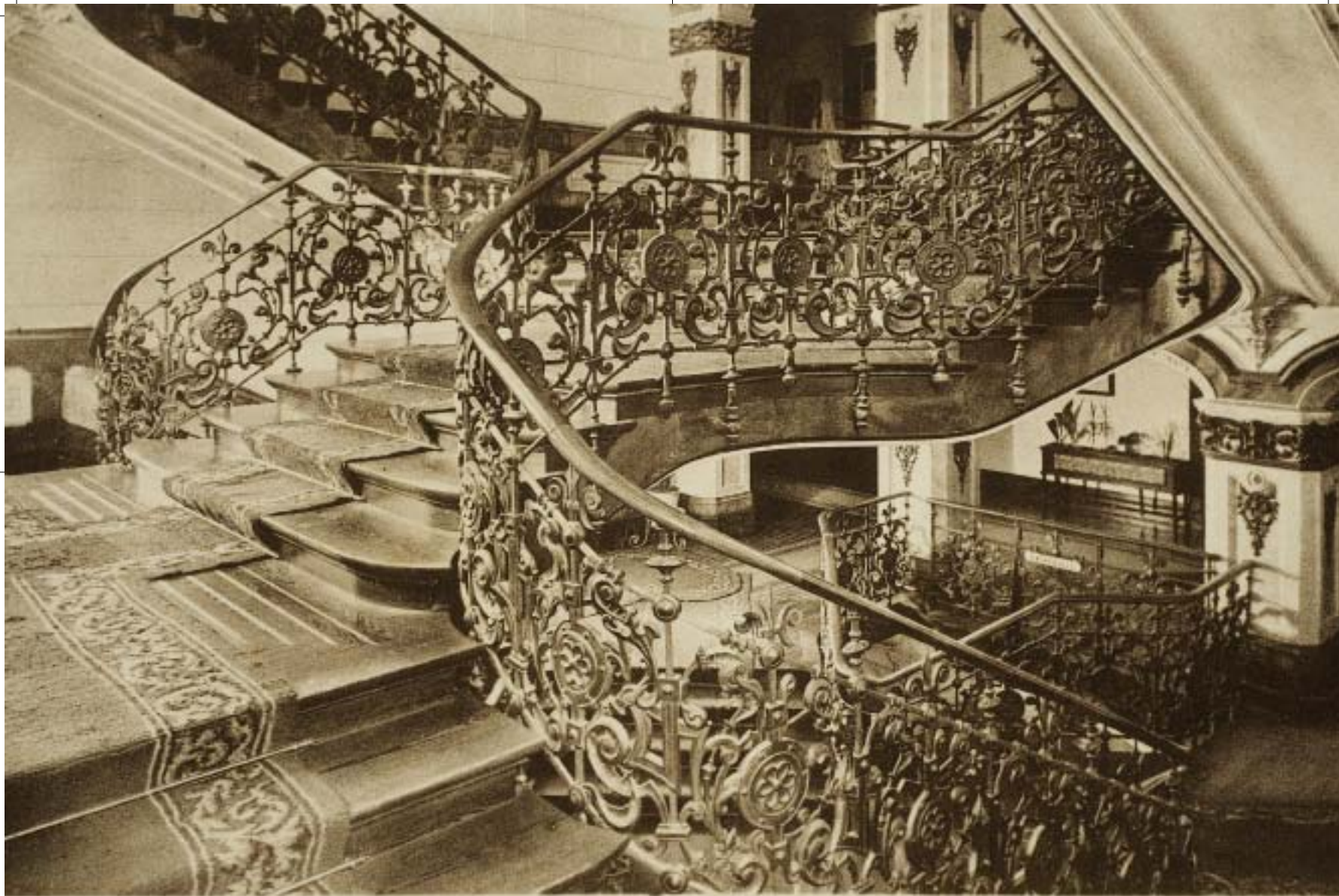






6. MONDARIZ.-Balneario —Fachada lateral del Gran Hotel





8. MONDARIZ.-Balneario.—Escalera principal

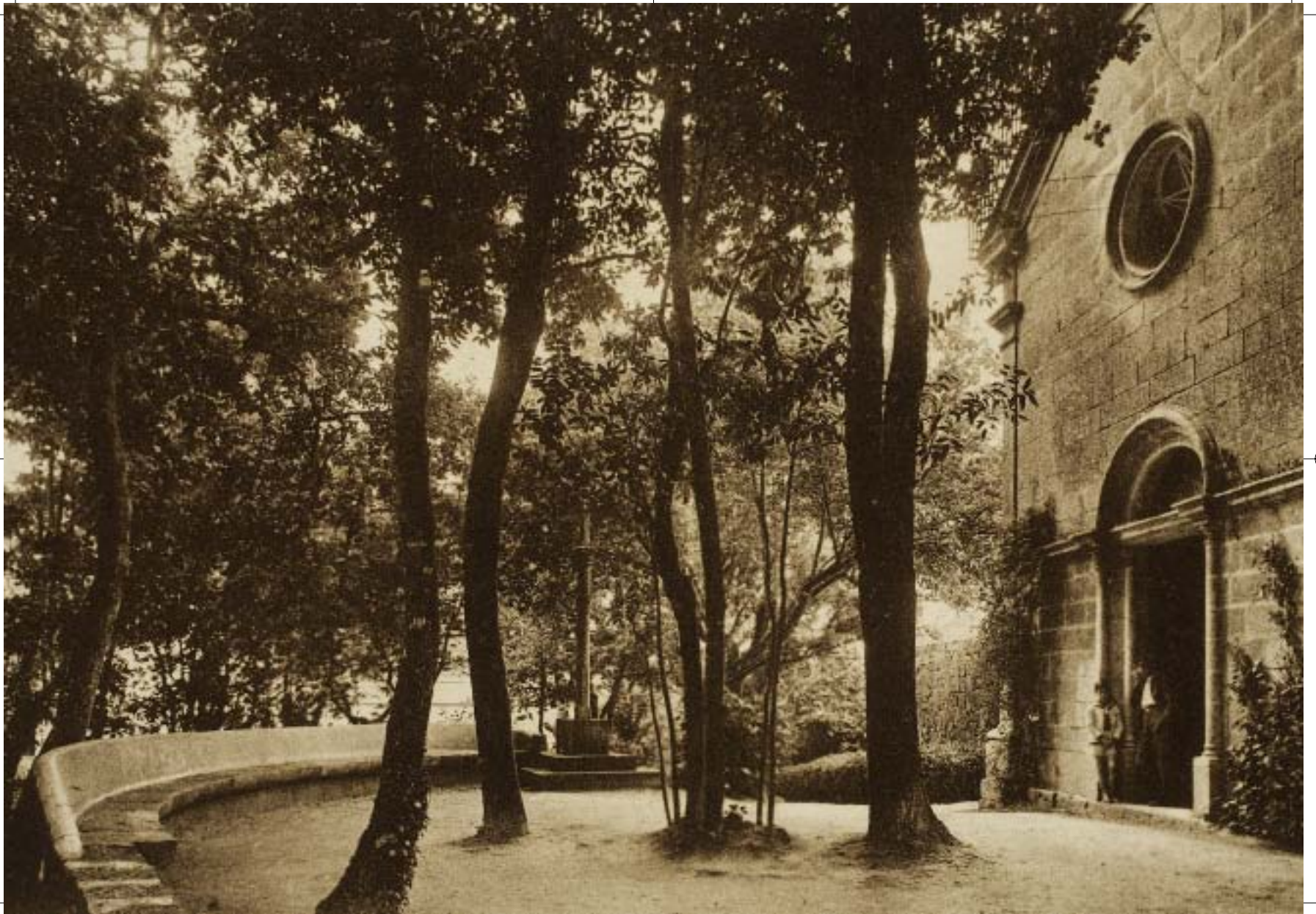






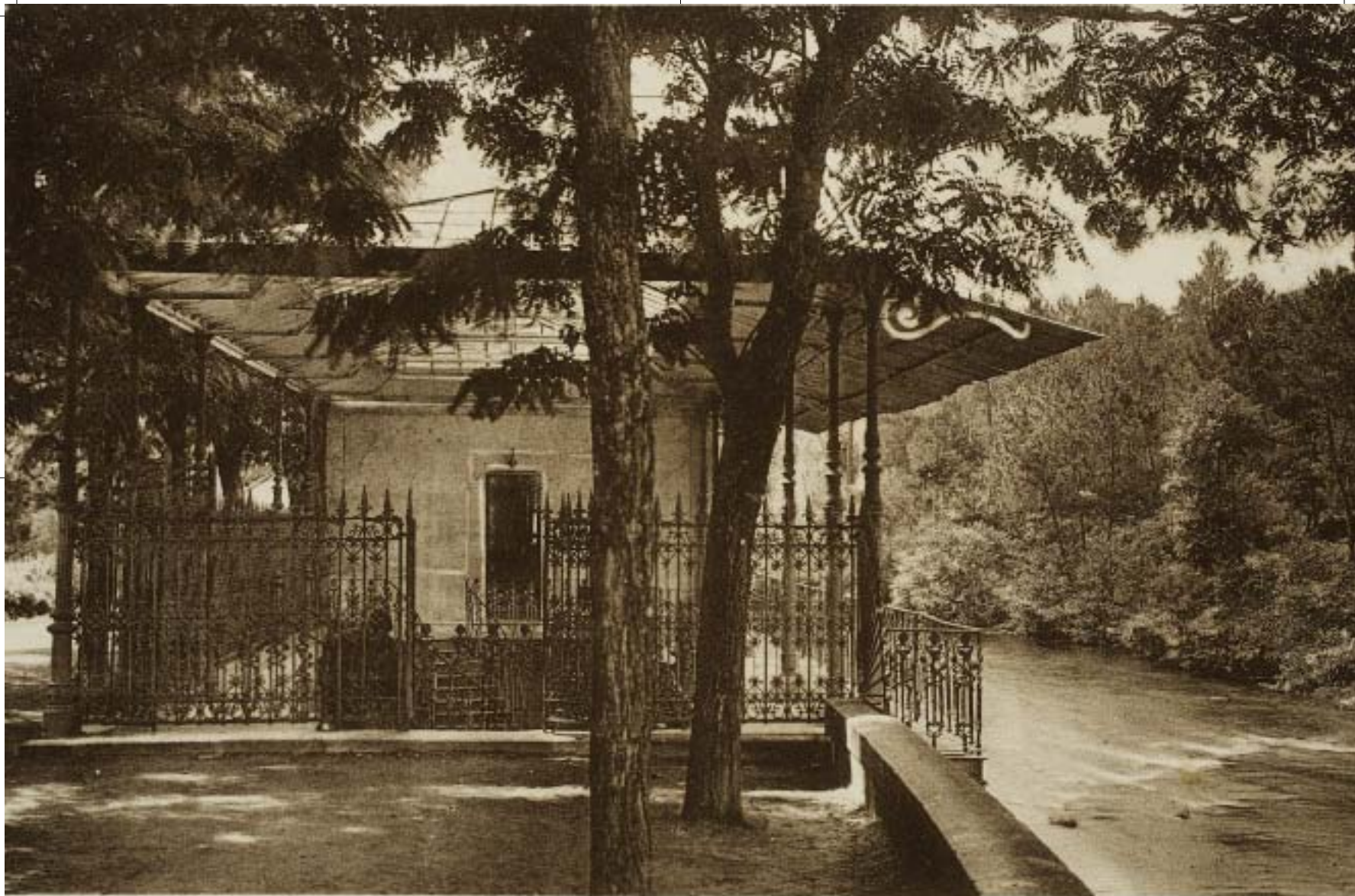


15. MONDARIZ.-Balneario. - Un cuarto de Baño









25. MONDARIZ.-Balneario.—Fuente de Troncoso



rativas tras el proceso de secularización reafirmado por las revoluciones burguesas. Los nuevos instrumentos de control y legitimación proceden de la ciencia y de la técnica, donde el hombre afirma su autoridad. El concepto de salud asociado al termalismo en el siglo XIX necesita tanto su aval como los nuevos métodos de tratamiento y sofisticados aparatos que lo incluyen en la más estricta modernidad. El análisis químico de las aguas, la Hidroterapia, el Higienismo, las prescripciones de los médicos directores del establecimiento, además de fundamentar científicamente la existencia de los balnearios, regulan la vida en estas instituciones obedeciendo a unos usos del espacio y a unos hábitos disciplinarios. El cuidado de la salud como inestimable bien social justifica la base económica del balneario. Sin embargo, persiste la inclinación en el siglo XIX de "ennoblecere necesidades técnicas haciendo de ellas finalidades artísticas". Esto explica que la certificación de las facultades curativas de las aguas, en virtud de los análisis de sus componentes químicos y la explicación científica de sus efectos sobre el organismo, no sea suficiente y que algunos tratados de la época, como las *Reflexiones sobre la naturaleza escritas en alemán por M. Sturm, aumentadas y metodizadas por M. Luis Cousin Despréaux* (1852), exalten el valor de las aguas dentro de una concepción casi teológica. Igualmente, la habitual explicación mítica de los establecimientos termales sobre el descubrimiento de sus aguas, relacionada con la "milagrosa" curación de un animal o de los lugareños, cualquiera de ellos "incuestionablemente" lejos del conocimiento científico, pretendía otorgarles una dimensión entre mágica y sagrada.

bodied the fantasies of the epoch. As befits a century which, following the dictates of the Enlightenment, asserted the primacy of science, this became the chief legitimising mechanism. The mythical and religious pretexts that justified *villeggiatura*, and the all but miraculous properties attributed to the waters in a pre-scientific context, lost their power with the secularisation that was reaffirmed by the bourgeois revolutions. The new instruments of control and legitimisation came from science and technology, where man asserted his authority. The concept of health associated with the thermalism of the 19th century depended as much on science as it did on the new treatment methods and the sophisticated apparatus that signalled its place in the strictest modernity. Chemical analysis of the waters, hydrotherapy, hygiene, and the prescriptions of the physicians working at the spa not only supplied a scientific pretext for the existence of such establishments, but also regulated life in them by determining new uses for their spaces and new therapeutic regimes. The issue of health care as a high social good justified the economic basis of the spa. However, the 19th-C. inclination to "ennoble technical needs by endowing them with artistic purposes" explains how the certification of the water's healing properties, by virtue of the analysis of their chemical components and the scientific explanation of their effects on the body, was not sufficient, and why some treatises of the day, such as *Reflections on Nature Written in German* by M. Sturm, *Augmented and Systematised* by M. Louis Cousin Despréaux (1852), praised the value of

104

Buvette

El balneario preserva el mito de la naturaleza como paraíso perdido, donde la imaginación y el espíritu pueden recrearse libremente, gracias a una disposición romántica que proclama la soberanía del sentimiento y de los sentidos y, en buena parte, debido a la reacción de rechazo a la ciudad. Sin embargo, en una época dominada por el conocimiento científico, el mito basado en el reencuentro con la Naturaleza ya no es suficiente, no puede justificar por sí solo ningún modo de vida. El hombre como creador, contemporizando con la ciencia moderna alimentan el mito supremo de la modernidad: el progreso. Ciencia y tecnología funcionan como motores del mito. Ellas son las herramientas con las que hombre, en nombre del progreso y la civilización, avanza y construye nuevos y mejores mundos. Susan Buck-Morss formuló claramente su alcance: "El progreso llegó a ser una religión en el siglo XIX; las Exposiciones internacionales, sus altares sagrados; las mercancías sus objetos de culto, y el "nuevo" París de Haussmann, su Vaticano". Efectivamente, al revelar la fe en la superioridad del hombre sobre todas las cosas, ostenta cierto carácter sagrado. Pero su modernidad y verdadero sustento reside en la autoafirmación del hombre, que toma resuelto las riendas de su destino. La fe en el progreso que define al hombre moderno, justifica y legitima todas aquellas acciones que se hagan en su nombre. Este nuevo mito, que apoya y enmascara la rentabilidad de fenómenos característicos del XIX como el colonialismo o el liberalismo económico, sustenta igualmente el nuevo espacio de vida colectivo que es el balneario. La fascinación por la ingeniería, la tecnología y las máquinas, expuesta e incentivada por las Exposiciones Universales, hacen de los talleres de embotellado fábricas modernas

the waters in quasi-theological terms. Likewise, the customary mythical explanations of the discovery of hot springs and mineral waters, relating to the "miraculous" cure of an animal or of the local people, always "unquestionably" beyond the reach of scientific enquiry, were intended to lend them a dimension somewhere between the magical and the sacred.

The spa thus preserved the myth of nature as a paradise lost, where the imagination and the spirit can amuse themselves in freedom, thanks to a Romantic era rule that proclaims the sovereignty of the feelings and the senses, and, in large measure, thanks to the reaction of rejection of the city. However, at a time in which scientific knowledge held sway, the myth based on the encounter with nature was not enough, alone, to justify any way of life. Man as creator, accommodating modern science, could nourish the supreme myth of modernity: progress. Science and technology operated as engines driving the myth. They were the tools with which men, in the name of progress and civilisation, could advance and build new and better worlds. Susan Buck-Morss described its scope plainly: "Progress became a religion in the 19th century; the International Expositions were its altars; merchandise its sacred objects, and the "new" Paris by Haussmann, its Vatican". Indeed, in revealing its faith in the superiority of Man to all things, it did show a certain religious nature. But its modernity and genuine foundations lay in the self-assertion of Man, determined to seize the reins of his destiny. Faith in progress

105

Buvette

y una visita atractiva. Las publicaciones del balneario de Mondariz muestran con frecuencia las fotografías de las instalaciones y detallan su moderna tecnología, instando a los agüistas a recorrerlas. Las visitas importantes acudían a los talleres de embotellado para admirar sus instalaciones y las "máquinas y aparatos, encargados ex-profeso á importantes casas constructoras del extranjero".

El balneario es un producto de la moderna sociedad industrializada y del capitalismo, y como tal participa de todos sus elementos. El termalismo se desarrolla integrándose en la gran corriente económica que da lugar al régimen de libre empresa que crea las primeras estaciones turísticas. Concebidas como inversiones rápidamente rentabilizadas, los propietarios incentivan todas aquellas actividades que puedan aumentar los ingresos generados por el alojamiento y tratamiento, alimentando otro tipo de gastos: principalmente el embotellado de aguas, el casino, recuerdos, joyas, pastillas, sales, etc. así como la especulación sobre los terrenos que rodean al establecimiento termal. En este contexto aparecen los grandes capitalistas dispuestos a invertir en un negocio que consideran rentable y con futuro. Es el hombre del XIX, auxiliado por las herramientas del progreso, y sobre todo por su tesón personal el que hace posible la maravilla de la civilización moderna que es el balneario. Su recreación como un "mundo ideal", enlaza con la mitificación del fundador del balneario, equiparable a la del colonizador decimonónico. A menudo es él quien encuentra o recupera del olvido el manantial, y como un descubridor de paraísos en la tierra, afronta el reto de crear orden y cultura en medio de un espacio salvaje. Al igual que el coloniza-

defines modern man, and it justifies and legitimises all the actions that are carried out in its name. This new myth, which both sustained and concealed the profitability of phenomena such as colonialism or economic liberalism, also sustained the spa as a new social venue. Fascination with engineering, technology and machines, which inspired and was heightened by the great exhibitions, helped popularise visits to the modern bottling plants that were built alongside many spas. Old Mondariz brochures often carried photographs of these installations and gave details of their modern technology, encouraging guests to visit them. Important visitors always toured the bottling plant to admire the "machines and apparatus, built to order by major foreign companies".

The spa is a product of modern industrial society and of capitalism, and as such it reflects all their components. "Taking the waters" should be viewed in the context of economic trends and the climate of free enterprise that gave rise to the tourist industry. Believing that a profit could be made very quickly, the owners of these establishments encouraged all activities that could increase their revenues, from lodging and treatments, such as bottled waters, the casino, souvenirs, jewellery, pastilles, bath salts, etc., as well as speculation in the surrounding properties. The business attracted financiers seeking to invest in a business regarded as profitable and having a bright future. The man of the 19th century, aided by the tools of progress, and above all by his personal tenacity, would devise the health spas as marvels of modern civilization. Their concep-

dor, confía en la creación de un mundo "perfecto" ya que parte del presupuesto de que su cultura es superior. La figura del fundador ya no debe ejercer una autoridad dominante, sino erigirse en modelo para la sociedad, un prohombre, que, con su obra, actúa en nombre del progreso y el bien de la humanidad. Se crea, un *ethos* del trabajo cuyo paradigma es la imagen del emprendedor empresario moderno, elevado a primer benefactor de su pueblo. Esta será la imagen que proyecten las publicaciones del balneario de Mondariz de Enrique Peinador.



tion as an "ideal world" lent a mythical status to their founders, comparable to that of the 18th-C. colonialist. The founders were often the people who had discovered or re-discovered the springs from which such blessings were to flow, and like the discoverers of paradises on earth, it was up to them to create order and culture in a wild space. Like the colonialists, they believed in the possibility of making a "perfect" world, arising from the belief that theirs was the superior culture. Thus the founder could not act as the dominant authority, but rather as a model for society, a leader whose works exemplify the spirit of progress and human benefaction. Thus an *ethos* is created whose paradigm is the image of the enterprising modern businessman, elevated to the status of benefactor to this people. And it was in this way that the publications of Mondariz exalted the figure of its founder, Enrique Peinador.

SE DICE QUE... NI INCOLORA, NI INODORA, NI INSÍPIDA. EL AGUA MINERAL TIENE CUERPO, COLOR, SABOR Y HUELLA. NO ANULA A NINGUNA OTRA BEBIDA SINO QUE LA COMPLEMENTA. NOS AYUDA A ENTENDER Y SEPARAR LOS SABORES. NOS DEVUELVE EL PALADAR A CERO Y SU BOUQUET, NOS PERMITE VOLVER A EMPEZAR. EN LAS ETAPAS DE CATA DE LAS AGUAS PODEMOS APRECIAR SI EL AGUA ES TRANSPARENTE O BRILLANTE [FASE VISUAL], DIFERENCIAR SI ES AGRADABLE O TERROSA [FASE OLFATIVA], Y DISTINGUIR ALCALINIDAD O DUREZA, DULZOR, ACIDEZ O SALINIDAD [FASE GUSTATIVA]. EN LAS AGUAS CON GAS, EN SU FISICIDAD, SE VALORA SU ESCALA, SU FINURA, SU PERSISTENCIA, SU YO CARBÓNICO! EL AGUA DE MONDARIZ ES RICA EN BICARBONATO Y AYUDA A DISFRUTAR DE UNA DIGESTIÓN LIGERA; ES VERSÁTIL, PONE UN PUNTO DE GRACIA A LAS COMIDAS, Y APORTA EL EQUILIBRIO NECESARIO PARA SU MARIDAJE CON CUALQUIER PLATO. MONDARIZ ILLUMINA LOS PLATOS DELICADOS Y MONDARIZ CON GAS ASISTE ESPECIALMENTE BIEN A LAS CARNES. LA TEMPERATURA DE CONSUMO DEL AGUA DE MONDARIZ ES DE 5°C —SU TEMPERATURA DE SATURACIÓN ORIGINAL—, LA QUE NOS HARÁ DELEITARNOS CON SU BURBUJA DIMINUTA Y SABROSA. EL AGUA MINERAL DEBE TOMARSE SIN HIELO: EL GUSTO DEL AGUA NO ADMITE LA INCOMPENSIÓN.

PALADAR CERO • TASTE

MINERAL WATER HAS BODY, COLOUR, TASTE, AND AROMA, BUT IT NEVER OVERCOMES ANY OTHER TASTE—IT SIMPLY COMPLEMENTS IT. IT HELPS US TO PERCEIVE AND SEPARATE TASTES, RETURNING OUR TASTE BUDS TO ZERO AFTER EVERY SIP. IN FORMA TASTINGS OF MINERAL WATER WE CAN OBSERVE WHETHER A IT WATER IS CLEAR OR SPARKLING TO THE EYE, WHETHER ITS NOSE IS PLEASANT OR EARTHY, AND WHETHER IT IS ALKALINE OR HARD, ACID OR SALTY IN THE MOUTH. SPARKLING WATERS ARE RATED BY THEIR SCALE, FINESSE, PERSISTENCE, AND CARBONIC IDENTITY. MONDARIZ WATER IS RICH IN SODIUM BICARBONATE WHICH AIDS DIGESTION; IT IS VERSATILE, ENHANCING THE ENJOYMENT OF ANY MEAL, AND SUPPLYING THE NECESSARY BALANCE TO ANY DISH. MONDARIZ ILLUMINATES DELICATE FLAVOURS, AND SPARKING MONDARIZ IS PARTICULARLY FRIENDLY TO MEATS. MONDARIZ IS AT ITS BEST WHEN DRUNK AT 5° C —ITS ORIGINAL SATURATION TEMPERATURE— AND IT DELIGHTS US WITH ITS TINY AND TASTY BUBBLES. TO BE PROPERLY SAVOURED, MINERAL WATER SHOULD BE DRUNK WITHOUT ICE.





Entre 1873 y 1931, el espacio y la arquitectura del balneario de Mondariz se van configurando como *lugar*. El proceso de formación como empresa y núcleo habitacional, en el que va conformando sus elementos de identidad como institución decimonónica y, posteriormente, como municipio, corre paralelo a la disposición de su espacio y arquitectura como una forma, un marco simbólico. Para convertir este espacio en un lugar habitable, se crean una serie de centros significativos que inician el proceso de transformación del lugar con las edificaciones y la organización del espacio, trazando una trama de metas y recorridos entre ellos. Inicialmente, el centro de la actividad giraba en torno al elemento generador del lugar y primer centro del espacio: la fuente de Gándara.

La *buvette* o pabellón que cubre el manantial al que acuden los agüistas para tomar las aguas, es uno de los elementos definidores de un establecimiento termal. En el siglo XIX los grandes balnearios europeos, como Vichy o Evian, las convierten en pequeños templos y emblemas de su establecimiento. Este espacio reúne los conceptos básicos del termalismo: la confianza en las cualidades terapéuticas del agua, los placeres de la vida social y el encuentro con la naturaleza. Exceptuando al Gran Hotel, las *buvettes* son el punto de encuentro y de relación social más importante de este tipo de espacios. Las visitas a la fuente, reguladas por las indicaciones del médico del establecimiento, establecían uno de los centros fundamentales del recorri-

FUENTE DE GÁNDARA GÁNDARA FOUNTAIN

Between 1873 and 1931, the space and the architecture of the Mondariz spa configured a place. The process of its constitution as a company and as a place to stay, first as a 19th-C. resort and later as a town ran in parallel to the configuration of its space and architecture as a symbolic form. To make this space inhabitable, a series of buildings were erected, transforming and organising the space, with a web of destinations and paths connecting them. Activity was initially centred on the generative element and cornerstone of the spa, the Gándara fountain.

The *buvette* or pavilion covering the spring to which visitors came to take the waters is one of the defining elements of a hot springs spa. In the 19th century the great European spas, such as Vichy and Evian, turned the springs into small temples and emblems of their respective establishments. This space joins together all the fundamental concepts of the spa: trust in the therapeutic qualities of the water, the pleasures of social life, and the encounter with nature. Aside from the grand hotel, the *buvettes* are the most important meeting and gathering places in this space. Visits to the fountain, which were determined by the prescriptions of the spa's physician, made it a fundamental stop on the itinerary of each guest. This dual nature as a medical and social space resulted in a two-level building, with the spring below and a small space above for the guests to meet.

112

Buvette

do de los agüistas, y servían de punto de reunión social. Este carácter de espacio médico y social se traduce en una arquitectura que habitualmente se distribuye en dos niveles, en el inferior brota el manantial, y en el superior hay un pequeño espacio para el encuentro de los agüistas.

Ubicada en la propiedad de los hermanos Peinador, la fuente de Gándara era, originalmente, según la descripción de Taboada Leal en *Hidrología Médica de Galicia* (1877): "una charca excavada en la tierra vegetal de un metro cuadrado" en la que el agua surgía de "un suelo granítico por la pequeña hendidura de una roca". En 1879 La guía de *Aguas bicarbonatado-sódicas de Mondariz* narra cómo, bajo la dirección del catedrático de química de la Universidad central, Dr. D. Fausto Garagarza y la supervisión de Enrique Peinador se construye ese año una fuente "de hierro fundido, siguiendo las indicaciones del eminente hidrólogo M. Durand Fardel", que se levantaba "esbelta en el centro de una amplia y elegante rotonda de cantería, adornada de cómodos bancos rústicos, y cubierta de verdes acacias y varias flores". Posteriormente, se añade la marquesina que puede observarse en las fotografías de la fuente de Gándara de principios del siglo XX y que reflejan el tipo más sencillo de *buvette*: de planta cuadrada donde surge el manantial, situado a un nivel más bajo que el del suelo, cubierto con una sencilla marquesina y rodeado por una verja de hierro. En estos años las publicaciones del balneario sientan uno de los pilares sobre los que pivotará su imaginario, apoyándose en la dimensión mítica de las fuentes termales, y que se seguirá desarrollando en el futuro: el carácter sagrado de las aguas. Si la estructura inicial de la fuente de Gándara aludía a una imagen primaria o "te-

Located on an estate belonging to the Peinador brothers, the Gándara fountain according to Taboada Leal's description in *Hidrología Médica de Galicia* (1877) was originally: "a one square metre pond dug into the sod" that filled with water rising from "a granite floor via a small crack in a rock". In 1879 the guide to the *Aguas bicarbonatado-sódicas de Mondariz* related how, under the direction of the Chair of Chemistry at the Central University, Prof. Fausto Garagarza, and the supervision of Enrique Peinador the fountain was built "of cast iron, following the instructions of the eminent hydrologist M. Durand Fardel", which rose "gracefully in the centre of a broad and elegant stone rotunda, adorned with comfortable rustic benches and covered with green acacias and several types of flowers". Later the canopy was added that can be seen in photographs of the Gándara fountain that were taken at the beginning of the 20th century and show a simpler type of *buvette* with a square floor plan and the spring, situated below ground level, covered with a simple canopy, and enclosed by an iron fence. In that period the spa publications laid the groundwork for the centrepiece around which the imagination could spin evoking the mythical dimension of hot springs, and the sacred character of the waters. While the initial structure of the Gándara fountain alluded to this primeval or telluric image, the addition of the canopy and the fence established an equivalence between the space housing the medicinal waters and a holy place: "It is worth noting the iron fence that surrounds the site from which the Gándara foun-

113

Buvette

lúrica”, la construcción de la marquesina y la verja establece una equivalencia entre el espacio que alberga las aguas medicinales y un recinto sagrado: “Es digna mención la reja que aísla el recinto donde surge la fuente de Gándara, reja que por su elegante corte parece hermana de cualquiera de las mejores que se ufanan las iglesias de Compostela, a bien que el agua de Mondariz tiene algo de sagrada. No en vano la designó en categoría inmediata a la del bautismo y a la bendita un notable escritor, agradecido a sus salutíferos efectos”, afirmaba *Las aguas de Mondariz. Album-Guía* (1899). Este carácter sagrado se acrecentará con la ampliación y mejora de la fuente emprendida por Antonio Palacios y Joaquín Otamendi en 1908, así como la construcción de “nuevos y grandes talleres” para el embotellado de las aguas. En 1914, con el templete de la fuente Gándara todavía en construcción, se inaugura la planta de embotellado, anexa a la fuente. Mientras que el interior del taller refleja su cometido industrial en un espacio simple y funcional, el diseño de la fachada está en perfecta sintonía con la concepción clásica del pabellón de la fuente, y adquiere una elegancia que lo distingue de una simple nave de embotellado, asumiendo a la perfección su función representativa, pues la fuente de Gándara será el símbolo del balneario a partir de entonces. El proyecto de Palacios y Otamendi para el pabellón de Gándara es el más ambicioso de todo el contexto gallego. El lenguaje clásico y el despliegue de materiales que originalmente formaban parte de la obra se ajustaban a la función que debía cumplir esta construcción, fundamentalmente representativa. Como en todas las edificaciones del establecimiento, el granito es el material principal. En este caso, Palacios utiliza sillares sepa-

tain springs, a fence whose elegant appearance could make it the sister of any of those boasted by the churches of Santiago de Compostela, and suggesting that Mondariz water may be somewhat sacred. It is not by chance that a noted writer, grateful for its healing effect, classified it as near to baptismal or holy water”, according to *Las Aguas de Mondariz. Album-Guía* (1899). This sacred character would be enhanced by the enlargement and improvement of the fountain, undertaken by Antonio Palacios and Joaquín Otamendi in 1908, and by the building of “new and large workshops” for bottling the waters.

In 1914, while the fountain pavilion was still under construction, the adjoining bottling plant was opened. Though the interior of the plant was simple and utilitarian, reflecting its industrial nature, the design of the façade was in perfect harmony with the classical style of the fountain pavilion, lending it an elegance that distinguished it from ordinary bottling plants, and it performed its representational function to perfection, for the Gándara fountain would thereafter become the symbol of the spa. The design by Palacios and Otamendi for the Gándara pavilion was the most ambitious of its kind in all Galicia. Its classical idiom and the display of materials that originally formed part of the building were perfectly adapted to the chiefly representational function of the building. As in all the other spa buildings, granite was the principal element. Here Palacios used ashlar separated by deep gaps, which produced a luminous effect that was rem-

114

Buvette

Buvette

rados por profundas hendiduras, con los que obtiene un efecto lumínico que recuerda las sobrias construcciones clásicas. La referencia clásica de su arquitectura, excepcional en las buvettes gallegas, era habitual en otros puntos de España y de Europa, por su adecuación a la finalidad simbólica del espacio. La estructura clásica y dimensiones de la fuente de Gándara expresaban cierta solemnidad, percibida por las publicaciones gallegas contemporáneas que se refirieron al nuevo edificio como “templo”, “catedral” y “palacio de las aguas”.

Hasta esta intervención, el Gran Hotel era, sin duda, la imagen emblemática del balneario, el icono que elegiría el autor de un plano o una guía del lugar para representarlo. Sin embargo, con la nueva fuente de Gándara, afianzado como el espacio más importante del establecimiento, surge la primera réplica arquitectónica al edificio de Jenaro de la Fuente Domínguez y, con ella, un nuevo icono. El lenguaje clásico y monumental adoptado en el pabellón de Gándara no debe relacionarse únicamente con una determinada etapa constructiva de Antonio Palacios. La alusión a la cultura clásica, de un modo u otro, era habitual en los grandes establecimientos termales europeos. Como afirma J. Summerson, la razón sustancial por la que la arquitectura clásica era la más preciada desde su recuperación en el Renacimiento, se debía a su asociación con una época más primitiva y vinculada a la naturaleza, por lo que se le concedía mayor bondad y rectitud. Con el lenguaje clásico se está evocando el sueño arcádico. En la base está la idea de eternidad, de recuperar un mítico estado del hombre, un paraíso perdido, cuya

inherent of the sober classical building. This classical style, which was an exception amongst the buvettes of Galicia, was in common use elsewhere in Spain and in Europe, thanks to its adaptation to the symbolic use of space. The classical structure and dimensions of the Gándara fountain expressed a certain solemnity, which led contemporary local publications to describe the new building variously as a “temple”, a “cathedral”, and a “palace of waters”.

Before the pavilion was built, the grand hotel was the emblematic building of the spa, the icon that the mapmaker or guidebook author would use to symbolise the establishment. But when the new Gándara fountain was completed as the most important space, there emerged the first architectural response to the building by Jenaro de la Fuente Domínguez, and with it a new icon. The classical and monumental style used for the Gándara pavilion cannot be explained solely in terms of a particular moment in the career of Antonio Palacios. The allusion to classical culture, in one way or another, was customary in Europe's great health spas. As J. Summerson wrote, the main reason why classical architecture was so highly regarded since its rediscovery in the Renaissance was because it was associated with the earliest times and linked to nature, so it was believed to embody rectitude and goodness. The classical idiom is used to evoke the Arcadian dream. At bottom is the notion of eternity, of recovering a mythical state of humanity, a paradise lost, whose architectural essence is found in the past

115

esencia arquitectónica se encuentra en el pasado como reconocido depositario de las virtudes de la naturaleza. La elección del tipo de edificio en la fuente de Gándara enlaza consciente o inconscientemente con este ideal. La planta de la fuente guarda una gran relación con los templos de plan central cubiertos con cúpula, tipología que, desde el Renacimiento, se convierte en reflejo de la armonía del universo y revelaba la perfección divina. Es por lo tanto una forma simbólica que el Renacimiento recupera con toda la intencionalidad y que desde entonces está cargada de un simbolismo religioso ineludible.

La fuente de Gándara es quizá la principal meta simbólica del lugar que transmite, a través de su disposición formal, la sacralidad del espacio, en el que la luz juega un papel primordial. Las columnas remiten a lo terrestre, en el interior de la fuente parecen surgir de sus entrañas, mientras que la luz surge de las aperturas en la base de la cúpula. Los reflejos cobrizos de los azulejos aumentan la sensación de desmaterialización, y contribuyen a su identificación con un espacio sagrado que, desde los edificios cristianos, se caracteriza por los efectos lumínicos en su interior. La connotación de espacio sagrado de los pabellones que cubren las fuentes, subrayado por la balaustrada que separaba la zona donde brotaba el agua de los agüistas, es uno de los elementos comunes de las *buvettes*. En la *buvette* se manifiesta aquello que puede preservar la salud, es una fuente de vida, cuyas propiedades salutíferas la convierten en algo casi divino. La fuente de Gándara transmite la integración entre naturaleza como propiciadora de vida, y su planta central es el epítome de la culminación del espacio. Este tipo de edificio, quizá por

as the acknowledged depository of all the virtues of nature. The choice of this type of building for the Gándara fountain was consciously or unconsciously tied to this idea. The fountain building's floor plan is closely related to churches with domes at the centre, a type of building which since the Renaissance has reflected the harmony of the universe, and revealed divine perfection. Thus it was a symbolic form deliberately taken up in the Renaissance and which since then has been charged with unmistakable religious symbolism.

The Gándara fountain may be the chief symbolic touchstone of the site, which conveys, via its formal layout, the sacred nature of the space in which light plays a key role. The columns evoke the earth, in the interior of the fountain they appear to rise from its depths, while the light is admitted by the apertures at the base of the dome. The copper-coloured reflections of the tiles enhance the sensation of dematerialisation, and contribute to its identification with a sacred space which, in Christian buildings, features the effect of the light on the interior. The connotation of sacred space in the pavilions that cover the fountains, underlined by the balustrade that separated the place where the healing waters bubbled, is one of the common features of the *buvettes*. The *buvettes* were focused on healing, the wellsprings of life, whose health-giving properties lent them a quasi-divine character. The Gándara fountain conveys the idea that nature sponsors life, and its central floor is the epitome of the culmination of the space. This

Buvette

116

Buvette

manifestar de un modo tan claro la unión entre tierra y cielo, el origen y el fin, se utilizaba en baptisterios y mausoleos. Efectivamente, el nuevo pabellón de Gándara no está muy lejos de un baptisterio. La idea de espacio sagrado que se intuía en su origen, se hace más evidente en el edificio de Palacios, donde la antigua verja que relacionaba el espacio de la fuente con las iglesias compostelanas, se ha sustituido por una balaustrada que delimita la zona sagrada del manantial en su interior. El pabellón combina la evocación de un ideal clásico y la sacralización pagana. La frecuente expresión "peregrinar a las aguas" rubrica este carácter sagrado del espacio, en el que la fuente es la meta hacia la que se dirige el peregrino.



type of construction, perhaps because it shows so clearly the union between heaven and earth, the beginning and the end, was used for baptisteries and mausoleums. Indeed, the new Gándara pavilion closely resembles a baptistery. The notion of sacred space, that is intuited in the original configuration, becomes more evident in Palacios' building, where the old fence that associated the fountain space to the churches of Santiago de Compostela, is replaced by a balustrade that marks out the sacred precincts of the spring in its interior. The pavilion combines the evocation of a classical ideal with pagan sacralisation. The often-used expression "to make a pilgrimage to the waters" underlines these connotations of the sacred, in which the fountain is the objective that is reached by the pilgrim.

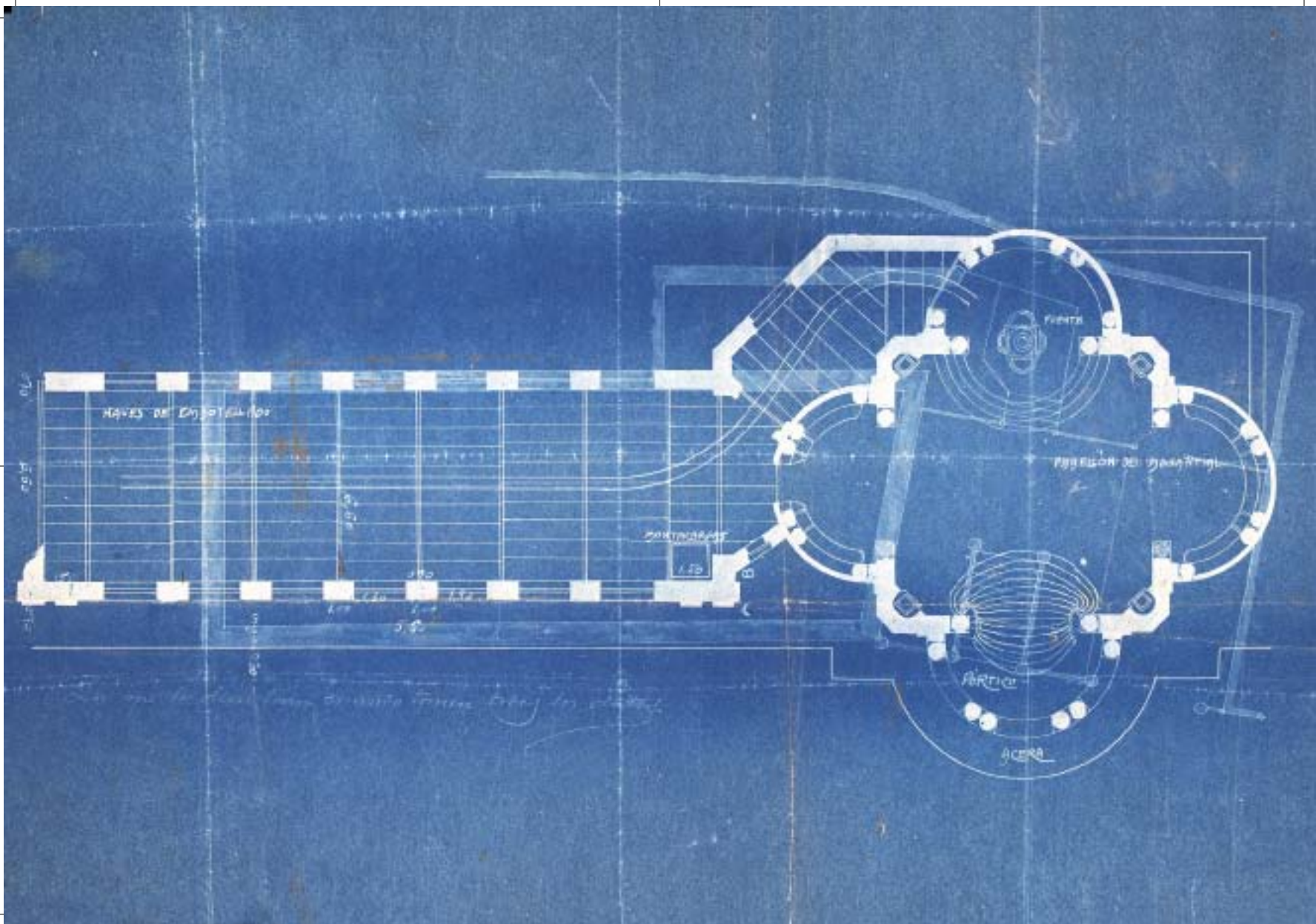
117

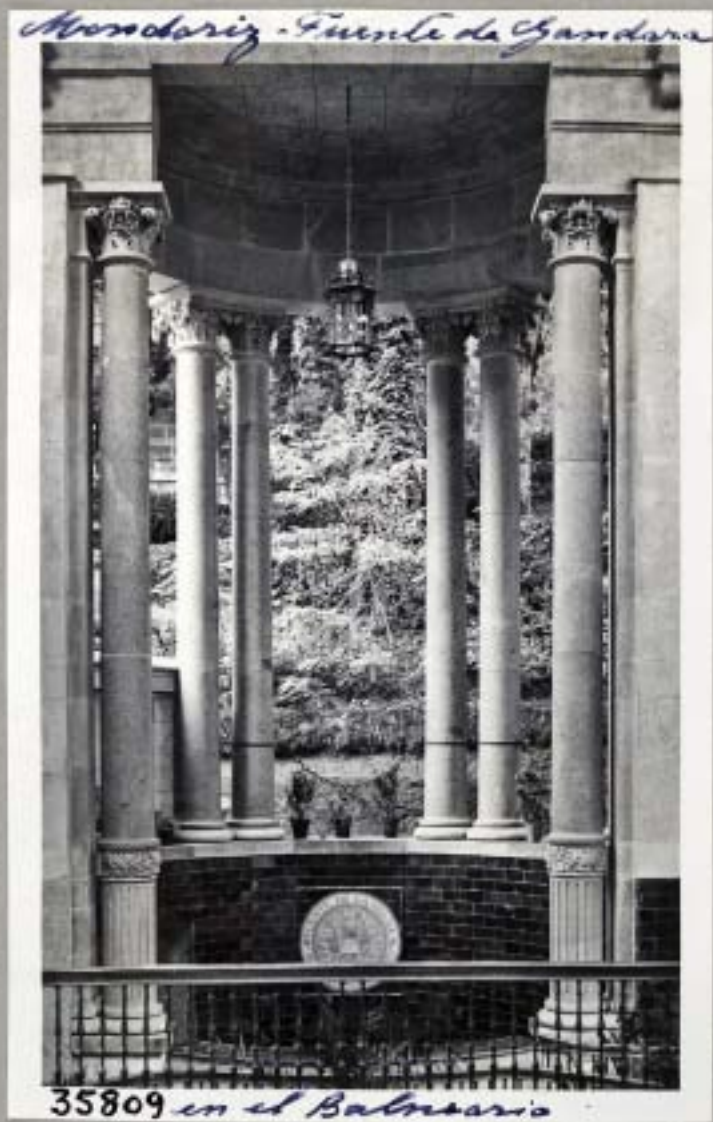


*Parde e N.
Folios*

RECUERDO DE 1889



































JOSEPH BLACK [BURDEOS, 1728 - EDIMBURGO, 1799] DESCUBRIÓ EL DIÓXIDO DE CARBONO ALREDEDOR DE 1750. A TEMPERATURA AMBIENTE —20-25°C— ES UN GAS INODORO E INCOLORO, LIGERAMENTE ÁCIDO Y NO INFLAMABLE. EL DIÓXIDO DE CARBONO (CO₂) ES UNA MOLÉCULA FORMADA POR UN ÁTOMO DE CARBONO QUE ESTÁ LIGADO A DOS ÁTOMOS DE OXÍGENO. A PESAR DE QUE EXISTE PRINCIPALMENTE EN SU FORMA GASEOSA, TAMBIÉN TIENE FORMAS SÓLIDA Y LÍQUIDA. EL CO₂ LÍQUIDO EXISTE CUANDO SE DISUELVE EN AGUA, SIENDO SOLAMENTE SOLUBLE CUANDO LA PRESIÓN SE MANTIENE ALTA Y CONSTANTE. CUANDO LA PRESIÓN DESCIENDE ESCAPA A LA ATMÓSFERA DEJANDO UNA MASA ACTIVA DE BURBUJAS DE GAS REVOLOTEANDO EN EL AGUA: ESE CHORRO DE CO₂ ES LA CHISPA DE LOS MANANTIALES DE MONDARIZ.

EL FANTASMA DEL CO₂ • THE PHANTOM OF CO₂

JOSEPH BLACK [B. BORDEAUX, 1728 - D. EDINBURGH, 1799] DISCOVERED CARBON DIOXIDE AROUND 1750. AT ROOM TEMPERATURE -20-25° C- IS AN ODOURLESS, COLOURLESS GAS, SLIGHTLY ACID, AND NON-FLAMMABLE. CARBON DIOXIDE (CO₂) IS A MOLECULE IN WHICH A SINGLE CARBON ATOM IS LINKED TO TWO OXYGEN ATOMS. THOUGH MAINLY FOUND IN A GASEOUS STATE, IT CAN BE A SOLID OR A LIQUID UNDER CERTAIN CONDITIONS. LIQUID CO₂ EXISTS WHEN IT IS DISSOLVED IN WATER, BUT IT REMAINS IS SOLUBLE ONLY WHEN ATMOSPHERIC PRESSURE IS HIGH AND CONSTANT. WHEN THE PRESSURE IS REDUCED, THE GAS ESCAPES AFTER FORMING BUBBLES IN THE WATER MEDIUM -THIS IS WHAT LENDS THE SPARKLE TO THE WATER BUBBLING FROM THE SPRINGS OF MONDARIZ.



Los agüistas alojados en el Gran Hotel tomaban su primer vaso de agua en la fuente de Gándara, y “paseaban las aguas”, como solía decirse, para tomar el segundo vaso en la de Troncoso, la más popular en los inicios del balneario por ser la más antigua y la que dio origen a la fama de Mondariz. Un accidentado camino unía los 800 metros que separan ambas fuentes hasta la remodelación de Troncoso, en la primera década de siglo, que incluyó notables mejoras en el paseo que la unía al establecimiento.

156

La fuente de Troncoso, que brotaba en el lugar del mismo nombre, en el margen izquierdo del río Tea, se mantuvo al margen de las obras que se estaban realizando en el balneario, debido al largo pleito mantenido entre el Ayuntamiento de Mondariz y los Hnos. Peinador por su propiedad entre los años 1873 y 1905 cuando, definitivamente, se resolverá al favor de los Peinador. En 1908, cuando Antonio Palacios comienza sus obras en Mondariz, se encargará de supervisar la reforma de esta fuente que según describe *La Temporada* constaría de “una elegante marquesina de hierro y cristal, que protegerá el recinto de la fuente; un balcón cubierto rodeará interiormente esta marquesina á la rasante del paseo y dos cómodas escaleras de hierro, artísticamente decoradas, se destinan al servicio del publico; á continuación de la marquesina están los talleres del embotellado que en su arquitectura recordarán los de la fuente de Gándara”. El aspecto del taller de embotellado, adosado al manantial, tal como indica el texto citado, alude al taller de

LA FUENTE DE TRONCOSO THE TRONCOSO FOUNTAIN

A bumpy road covered the 800 metres that separate the Gándara fountain from that of Troncoso, which is the older of the two and the first to bring fame to Mondariz, but until the first decade of the 20th century there was no genuine promenade connecting the two springs. Takers of the water who lodged in the grand hotel drew their first glass of water from the Gándara fountain, and their second from the Troncoso, while guest in other hotels reversed the order.

The Troncoso fountain, near the left bank of the river Tea, was left untouched during the initial construction of the spa, due to the lengthy legal dispute over its ownership between the Mondariz village council and the Peinador brothers. The dispute began in 1873 and was resolved in the brothers' favour in 1905. In 1908, when Palacios began his works in Mondariz, he supervised the rebuilding of the Troncoso fountain, which would be crowned by “an elegant iron and glass canopy protecting the fountain area; a covered balcony will run inside the canopy and to the promenade, and two comfortable iron staircases, artistically adorned, will be for the public. Adjacent to the canopy will be the bottling works whose architectures will be in keeping with that of the Gándara fountain”. Indeed, the two bottling plants were quite similar in design, although that of Troncoso was smaller. Both had a rectangular floor plan and a granite façade perforated by three large openings in the shape of half-circle arches, now bricked up.

Buvette

Buvette

la fuente de Gándara, aunque de menores dimensiones. Ambos son de planta rectangular y tienen una fachada de granito horadada por tres grandes huecos en forma de arco de medio punto, actualmente tapiados. La composición ornamental es, aunque más modesta, similar, y la marquesina que cubre el manantial así como la verja de acceso al mismo, son las que antiguamente cobijaban la fuente de Gándara.

Inicialmente, debido a los problemas legales por su propiedad, el establecimiento se ciñe a la finca de los propietarios y se desarrolla prácticamente al margen de este manantial de difícil acceso. Pero es preciso señalar que, a pesar de estar situada fuera del recinto balneario, la fuente de Troncoso contribuye a configurar la imagen del establecimiento y se constituye en uno de sus centros focales. Como tal, impone un eje que incide en el espacio balneario: el camino que une las dos fuentes que, además de normalizar el recorrido de los agüistas que acudían a tomar sus aguas en su cotidiano paseo, introduce una apertura, una vía de crecimiento que descomprime el establecimiento para expandirlo.



The ornamental composition, though more modest, is similar. The canopy over the spring and the gate had previously sheltered the Gándara fountain.

Initially, because of the legal dispute, the spa buildings remained within the undisputed property of the brothers, and the Troncoso fountain, which was hard to reach, was virtually ignored. However, this fountain is also an emblematic component of the spa establishment, and one of its focal points. As such it imposes an axis that affects the spa space, this axis coincides with the road between the two fountains, and smoothing the path of those taking the waters of both during their daily strolls. This new axis provided an opening, a means to expand and decompress the space, which was opened up, giving the paths new destinations.

157

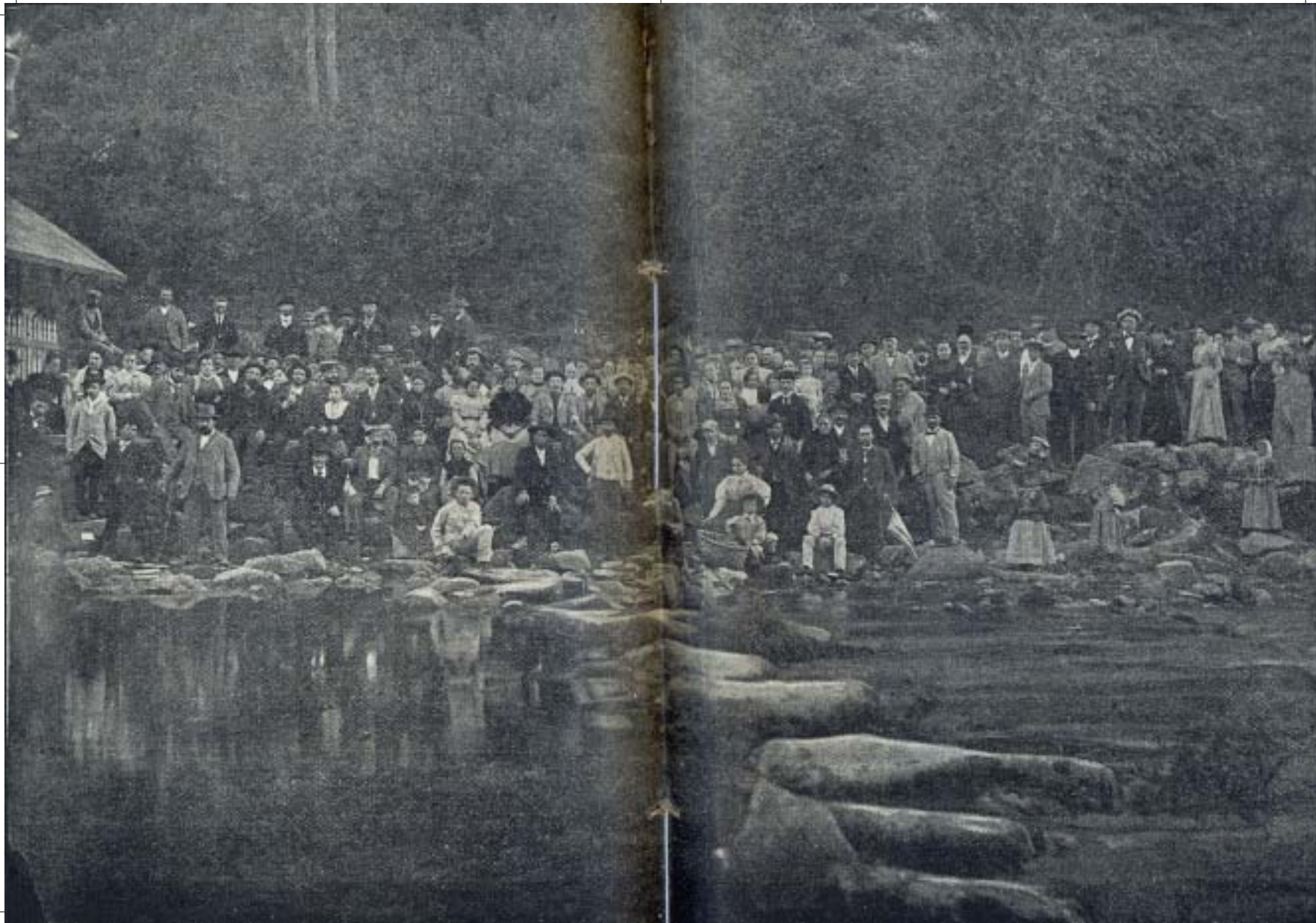


29 Diciembre 1902
à las 3 de la tarde

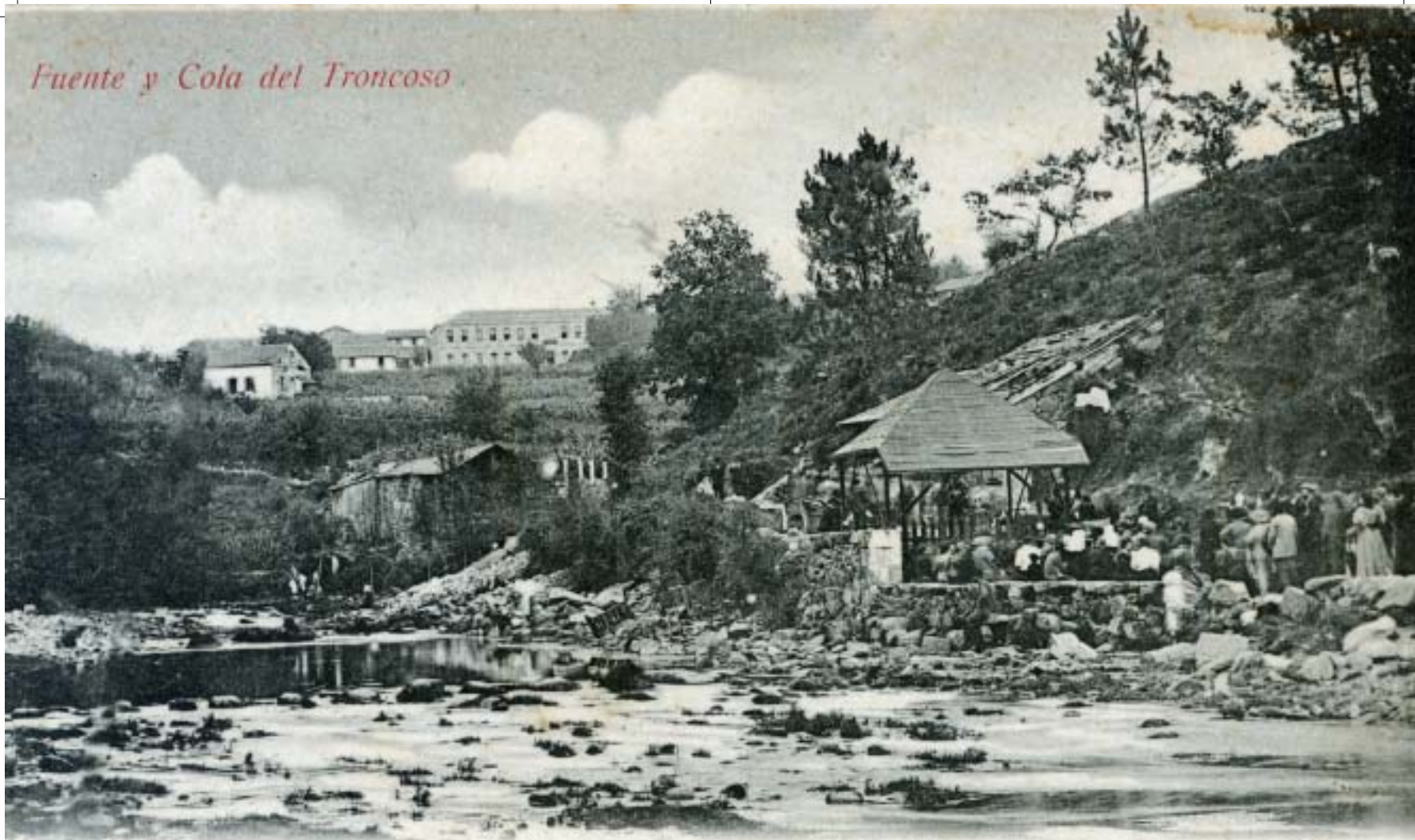
N.º 4.—J. G. Baños, Fot.

RECUERDO DE MONDÁRIZ: FUENTE DE TRONCOSO





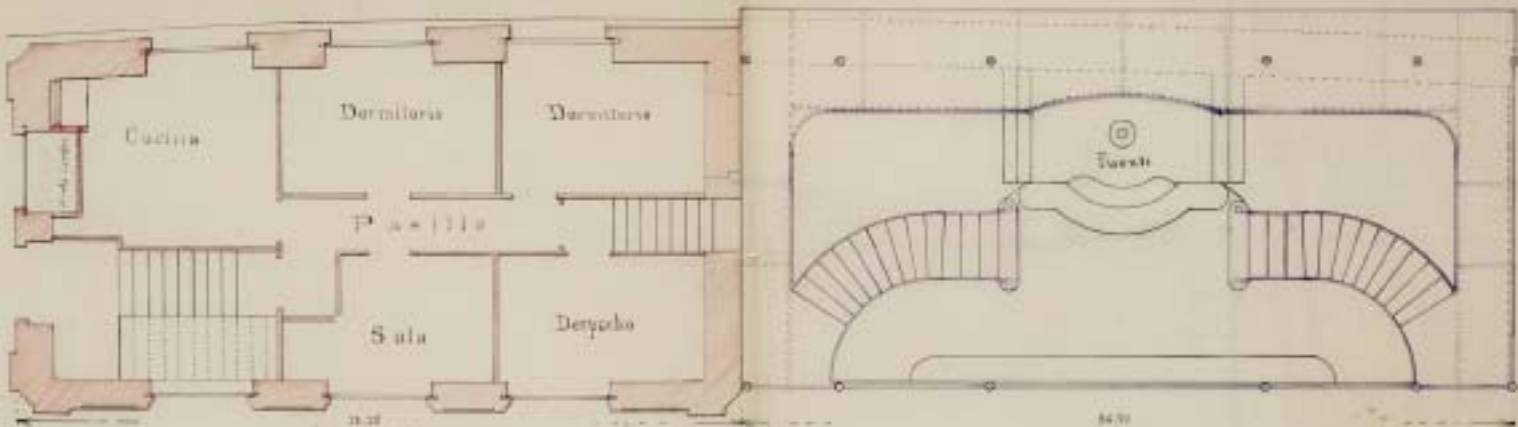
Fuente y Cola del Troncoso



Recuerdo de Mondariz

M. J. Kisch, Berlin

MONDARIZ FUENTE DE TRONGOSO



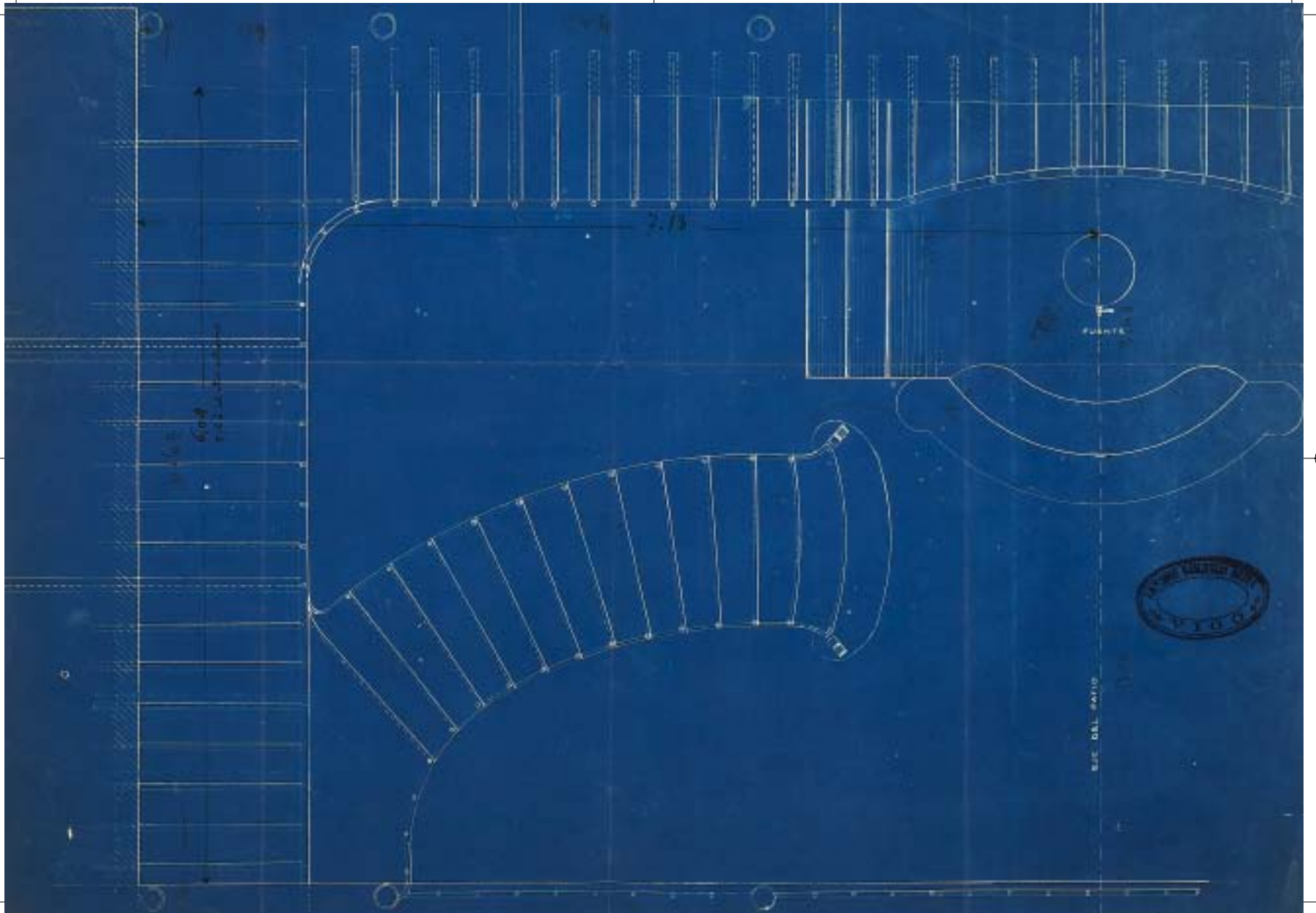
PLANTA

Escala de $\frac{1}{50}$

*Escalera
de Trongoso*

*Se representará en relieve en la
fachada principal los puentes de
la fuente.*





E/C DEL PATIO









Edición José Faro Blanco.
MONDARIZ: PASEO Y FUENTE DE TRONCOSO.

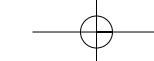
BÓVEDA SANTUARIO DEL AGUA MINERAL, TRANSCURRE SILENCIOSA BAJO EL LECHO DEL TEA, QUINCE METROS DE LONGITUD OCRE, GRANITO OXIDADO POR EL HIERRO ENROJECIDO DE LA CARICIA DEL AGUA ANTIGUA, PASADO MEDICINAL GLORIOSO. CUENTA LA LEYENDA QUE ANTAÑO EL ACCESO A MINA ERA MUY PELIGROSO POR LAS EMANACIONES DEL GAS DEL AGUA. UNA ANTORCHA ENCENDIDA, SERVÍA DE INDICADOR DE LA ATMÓSFERA INTERIOR: SI LA ANTORCHA SE APAGABA EL ACCESO ERA INVIABLE; SI PERMANECÍA VIVA EL PASO ESTABA ABIERTO, SIN PELIGRO. CON EL TIEMPO, LA OBSERVACIÓN DETALLADA CONDUJO DE LA EXPERIENCIA AL CONOCIMIENTO: SÓLO LOS DÍAS EN LOS QUE HACÍA BUEN TIEMPO, DONDE LA PRESIÓN ATMOSFÉRICA ERA ALTA, SE PODÍA ACCEDER A LA GALERÍA. LA RETENCIÓN DEL GAS DABA PERMISO A LA VISITA...

UNA MINA DE AGUA • A WATER MINE

THE HEART OF MONDARIZ IS AN UNDERGROUND VAULT OF MINERAL WATER, SOME 15 METRES LONG, LYING BELOW THE TEA RIVERBED WHERE OCHRE, GRANITE TURNED RUSTY BY THE RED IRON OF ANCIENT WATER, IMBUES THE MOUNTAIN SPRING WATER WITH HEALTH-GIVING PROPERTIES. ACCORDING TO AN OLD LEGEND, THE EMANATIONS OF GAS FROM THE MINE COULD BE HARMFUL, AND A TORCH WAS LIT TO TEST THE AIR. IF THE FLAME WAS EXTINGUISHED AT THE MINE WAS APPROACHED, IT WAS A SIGN THAT IT WAS TOO DANGEROUS TO PROCEED. OVER TIME, IT WAS UNDERSTOOD THAT THE MINE WAS SAFE TO ENTER WHEN THE WEATHER WAS FINE AND ATMOSPHERIC PRESSURE WAS HIGH.







La versión más fidedigna acerca del descubrimiento de las aguas termales de Mondariz es la que consigna el médico director del balneario, Isidro Pondal, en la memoria anual de 1877, según la cual Enrique Peinador descubre el manantial de Gándara en 1872 durante uno de sus recorridos por la cuenca hidrográfica de la comarca, acompañado de un ingeniero, probablemente el ingeniero de minas Isidoro Sebastián Buceta. El 22 de febrero de 1873 el abogado Ramón Peinador, hermano de Enrique, solicita permiso para la creación de un establecimiento termal en el terreno de su propiedad donde brotaba el manantial de Gándara, así como la concesión del conocido manantial de Troncoso, a orillas del río Tea, cuyas aguas poseían mismas propiedades. Las aguas de los dos manantiales son declaradas de utilidad pública por decreto del Gobierno de la República el 16 de junio de 1873, a petición de los hermanos Peinador.

184

El último tercio del siglo XIX en España inicia un periodo de estabilidad política y económica que impulsa el desarrollo de la industria balnearia. La restauración monárquica con Alfonso XII en 1874, pone punto final a las guerras carlistas, y la Ley Desamortizadora General de Pascual Madoz (1855), consolida el poder económico de la burguesía, iniciada por la primera ley de desamortización de Mendizábal (1837), facilitando que, en pocos años, las fuentes, manantiales, balnearios y casas de baño, propiedad de municipios y órdenes religiosas, sean adquiridas por particulares y empresas. Si en

LOS HERMANOS PEINADOR THE PEINADOR BROTHERS

The most trustworthy version of the discovery of the Mondariz hot springs is that of the spa's chief physician, Dr. Isidro Pondal, in the 1877 annual report, which states that Enrique Peinador found the Gándara spring in 1872 during one of his explorations of the Tea river basin along with an engineer, probably the mining engineer Isidoro Sebastián Buceta. On 22nd February 1873 Enrique's brother Ramón Peinador, a lawyer, requested permission to create a thermal bathing establishment on his estate at the Gándara spring, as well as permission to exploit the already well-known Troncoso spring, near the bank of the Tea, where the waters had identical properties. At the brothers' request, the two springs were designated to be "of public utility" by a decree of the government of the Spanish Republic on 16th June, 1873.

The last third of the 19th century brought a period of political and economic stability which favoured the development of the spa industry. The restoration of the monarchy under Alfonso XII in 1874 brought an end to the Carlist wars, and Pascual Madoz' General Law of Disentitlement (1855) helped to consolidate the economic strength of the bourgeoisie, which had begun with Mendizábal's earlier "disamortisation law" whereby church and municipal land could be confiscated and sold off by the state (1837), which meant that in a very few years, the fountains, springs, spas, and bathing establishments, formerly the property of towns and religious orders, were acquired by indi-

Buvette

Buvette

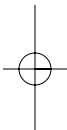
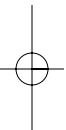
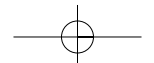
1851 existían en España 85 balnearios registrados, a los que habían acudido unos 60.000 agüistas, en 1892 se registran 152 balnearios y un total de 150.000 agüistas. Hombres de negocios, aristócratas, médicos y farmacéuticos de prestigio, invierten en la creación y renovación de establecimientos termales, implantando en España la industria y el turismo termal ya asentados en el resto de Europa. Los hermanos Peinador Vela fueron los pioneros en este tipo de empresa en Galicia, y su perfil, como miembros de la minoría ilustrada que comulgaba con las ideas nacionalistas de los intelectuales de su tiempo, dota a su empresa, el balneario de Mondariz, de un carácter particular.

Sabino Enrique Peinador Vela (Pontevedra, 7 de octubre de 1847 - Mondariz, 6 de octubre de 1917) es ordenado de prima tonsura, pero pronto abandona la carrera eclesiástica, obtiene el grado Bachiller en el Instituto de Pontevedra en 1865 y se licencia en Medicina en la Universidad de Santiago en 1869. En su etapa universitaria coincide con Alfredo Vicenti, líder del grupo de republicanos federales de la Facultad, al que Xosé Ramón Barreiro se ha referido como "la vanguardia del progresismo" entonces, entre los cuales se encontraban Andrés Muruais, uno de los principales promotores del ambiente intelectual de Pontevedra, junto a su hermano Jesús Muruais, y el célebre médico coruñés José Rodríguez Martínez, destacado protagonista de la vida social y cultural gallega. Interesado por la hidrología médica, y dado que la Facultad de Medicina apenas contemplaba su estudio, Enrique Peinador recorrió los principales centros hidrológicos de Pon-

viduals and companies. While in 1851 Spain boasted 85 registered spas, attended by some 60,000 customers, by 1892 the number of establishments had climbed to 152, and they were used by some 150,000 people. Investors in the spa industry included businessmen, aristocrats, prestigious physicians and pharmacists, who built or rebuilt watering places, raising the industry in Spain to the level then obtaining elsewhere in Europe. In Galicia the Peinador Vela brothers were pioneers in the business, and their status as members of the enlightened minority who partook of the nationalism favoured by intellectuals of the period, conferred a special character on the Mondariz spa.

Sabino Enrique Peinador Vela (b. Pontevedra, 7th October, 1847 - d. Mondariz, 6 October, 1917) was ordained a monk, but soon abandoned holy orders. He graduated from the Pontevedra Institute in 1865, and took a medical degree from the University of Santiago in 1869. At university he associated with Alfredo Vicenti, leader of a group of federalist republicans at the medical school, whom Xosé Ramón Barreiro described as "the avant-garde of progressives". Amongst them were Andrés Muruais, who went on to become a leading intellectual in Pontevedra, his brother Jesús Muruais, and José Rodríguez Martínez, from La Coruña, who was to become a celebrated physician active in the social and cultural life of Galicia. Interested in "medical hydrology", which was scarcely touched upon at the medical school, Enrique Peinador visited the princi-

185



tevedra. En 1871 fue nombrado director interino del Balneario de Caldelas de Tuy, y al año siguiente entra a formar parte del Cuerpo de Médicos de baños. En 1873 fue designado para asistir a los afectados por la epidemia de viruela en O Grove, por lo que fue condecorado con la Cruz de las Epidemias. En 1875 se casa con Avelina Lines López, con quien tendrá tres hijos: Enrique, Ramón y María.

Enrique Peinador demostró siempre un gran interés por la cultura gallega, lo que le llevó a emprender desde el balneario destacadas iniciativas. Colaboró con las personalidades, eruditos e instituciones más prestigiosas de su tiempo, como la Sociedad Arqueológica de Pontevedra, fundada por Casto Sampedro, de la que fue miembro correspondiente. La revista *Mondariz* afirma que Enrique Peinador fue nombrado diputado provincial en 1874, renunciando al cargo a los pocos meses. Es quizá a partir de esa fecha cuando fija su residencia en Madrid y, desde la Corte, promociona las aguas de Mondariz y el establecimiento que dirige, exceptuando los meses de la temporada que pasa en el balneario. Allí se relaciona con algunos de los principales representantes de la vida cultural y política de la capital española, como Emilio Castelar, amigo del escritor e historiador gallego Manuel Murguía y de Emilia Pardo Bazán, ambos fieles colaboradores en las publicaciones del balneario, y con algunas de las figuras más comprometidas con el galleguismo en Madrid, como Basilio Álvarez, o el periodista Alfredo Vicenti, íntimo amigo de Enrique Peinador, y quizá el nexo de unión de los anteriormente citados con Mondariz.

pal hydrological centres in Pontevedra. In 1871 he was appointed acting director of the spa at Caldelas de Tuy, and the following year he became a member of the medicinal bath specialist organisation *Cuerpo de Médicos de Baños*. In 1873 he was given responsibility for the care of smallpox victims following an epidemic in O Grove, for which he was given an award. In 1875 he married Avelina Lines López, with whom he would have three children, Enrique, Ramón, and María.

Enrique Peinador always showed a lively interest in Galician culture, leading him to take a number of outstanding initiatives at his spa. He worked with some of the most renowned and erudite personalities and institutions of the day, such as the *Sociedad Arqueológica de Pontevedra*, founded by Casto Sampedro, and of which he was a member. The magazine *Mondariz* reported that Enrique Peinador was named a deputy for the province of Pontevedra in 1874, a position from which he resigned after a few months. It was around that time that he moved to Madrid, and in the Spanish capital he promoted the waters of Mondariz and his spa, where he spent the summer season each year. In Madrid he associated with leading political and cultural figures such as Emilio Castelar, the Galician writer and historian Murguía, and the author and first female university professor of Spanish history Emilia Pardo Bazán, both of whom became regular contributors of articles to the spa's publications. He also frequented Galician nationalist circles in Madrid, as did Basilio Álvarez, and the journalist Alfredo Vicenti, who became a close friend.



Gumersindo Ramón Peinador Vela, co-propietario del balneario, es frecuentemente olvidado en las crónicas y numerosos artículos dedicados a Mondariz en la época. La mayor implicación en la empresa de su hermano Enrique, eclipsó su participación en la misma, especialmente importante en los primeros y necesarios trámites judiciales. Ramón Peinador se ocupaba desde Pontevedra del comercio de exportación del agua. Abogado y funcionario de la Diputación de Pontevedra, Ramón participó activamente, al igual que su hermano, en varias iniciativas culturales y políticas. *La Temporada* lo caracterizó por su “encendido sentimiento romántico que le acompañó hasta la muerte, ciudadano de arraigadas convicciones, hombre de su tiempo, guardó fidelidad inconvencible al credo político que abrazó en sus años mozos”. Este mismo carácter comprometido y apasionado, es elogiado por José Rodríguez Martínez –el célebre “médico Rodríguez”, miembro del grupo de republicanos federalistas liderados por Alfredo Vicenti–, en la dedicatoria que deja en el Álbum de Honor del establecimiento en 1898. En ella, tras alabar el buen trabajo de Enrique Peinador, se refiere a su hermano como “mi queridísimo, el idealista Ramón, íntimo, fraternal, correligionario, espíritu abierto a todas las grandezas y generosidades, confidente y acompañante...”.

Tras la muerte de Enrique Peinador su propiedad pasa a su viuda, Avelina Lines, y a sus tres hijos. Ramón Peinador Vela sólo tuvo una hija, Isidora, casada con Vicente Riestra Calderón, segundo hijo de los marqueses de Riestra, que desde la muerte de su padre en 1929 será copropietaria del balneario junto a su tía y sus tres primos. Hasta que la empresa de los hermanos Pei-

Gumersindo Ramón Peinador Vela, co-owner of the spa, is often overlooked in accounts of the early years of the Mondariz establishment, for he was eclipsed by his brother, Enrique. Although he was responsible for legal affairs and institutional relations. Ramón, as he was known, was also in charge of the spa's bottled water export business from his offices in the city of Pontevedra. A lawyer and civil servant of the provincial government, Ramón was no less active than his brother in cultural and political affairs. The spa magazine *La Temporada* ["The Season"] noted his "glowing Romantic spirit which remained with him until his death," and called him a "citizen with strong convictions, a man of his time who remained steadfastly faithful to the political creed he had embraced in his youth". His committed and passionate nature was praised by the celebrated Dr. José Rodríguez Martínez, who belonged to the group of republican federalists led by Alfredo Vicenti, in a dedication he inscribed in the spa's guest book in 1898. After lauding the work of Enrique Peinador, he referred to the latter's brother as "my very dear co-religionist, the idealist Ramón, intimate, fraternal, with a spirit open to all the acts of greatness and generosities, my confident and companion.". On the death of Enrique Peinador his share in the spa was inherited by his widow, Avelina Lines, and his three children. Ramón Peinador Vela had but one daughter, Isidora, who married Vicente Riestra Calderón, the second son of the Marquess of Riestra. After her father's death in 1929 she shared in the ownership of the spa with her aunt and



nador, *Aguas de Mondariz. Establecimiento minero-medical de los Señores Hijos de Peinador*, se convierte en *Aguas de Mondariz S.A.* en 1932, el primogénito de Enrique Peinador Lines, seguirá ejerciendo como gerente de la misma. La reorganización de la empresa y la ampliación de los socios, entre los que se incluye al Banco Pastor (creado en La Coruña en 1925), pone fin a una etapa y a un proyecto personal que será definitivamente truncado por el estallido de la Guerra Civil.

190



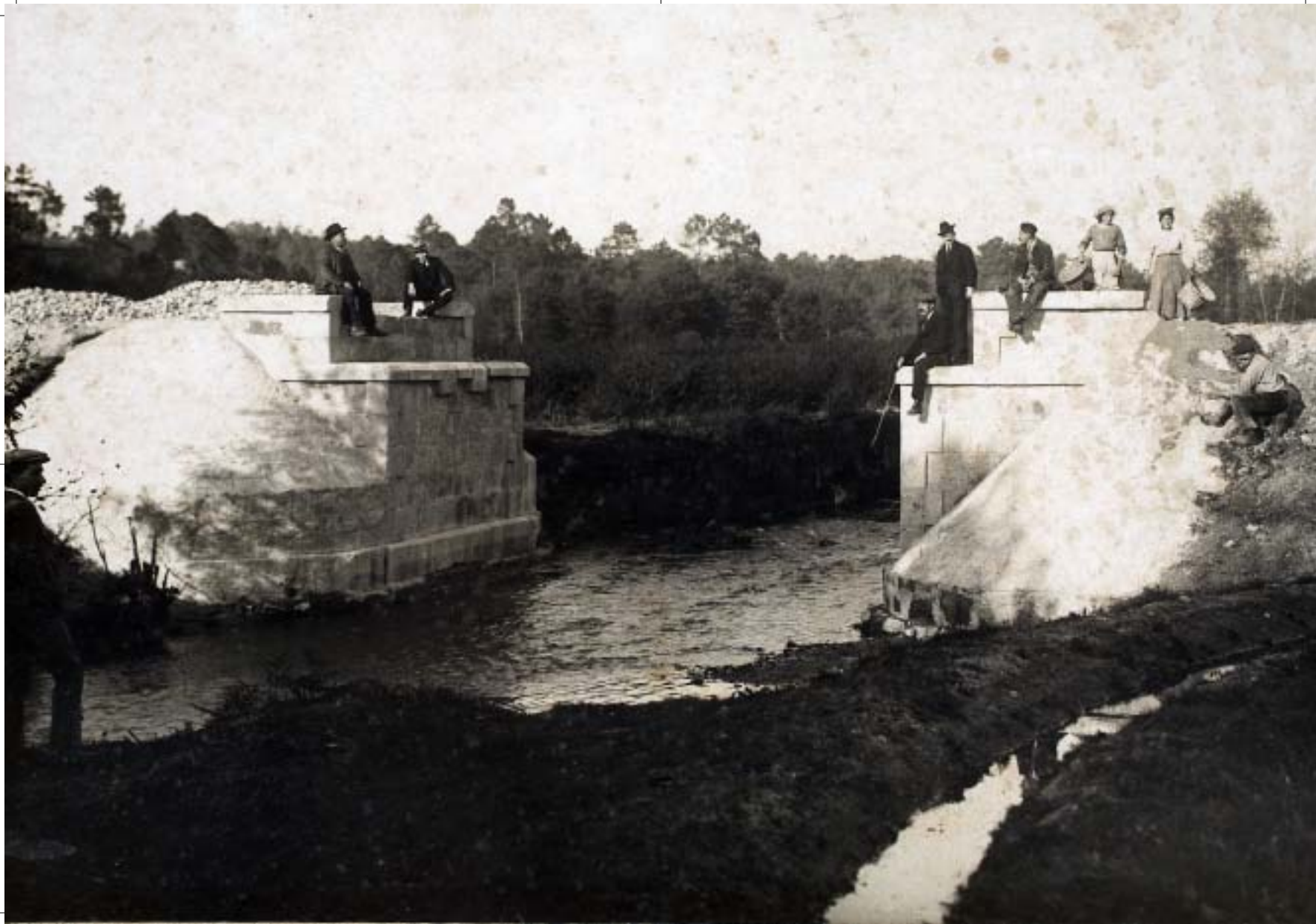
three cousins. The spa company, whose official name was *Aguas de Mondariz. Establecimiento minero-medical de los Señores Hijos de Peinador*, was managed by Enrique's firstborn, Enrique Peinador Lines, until it became *Aguas de Mondariz S.A* in 1932, following a reorganisation, in which new partners joined, including the Banco Pastor (a bank founded in La Coruña in 1925). Thus the end of its career as a family-owned enterprise came just before the outbreak of the Spanish Civil War in 1936.

Buvette

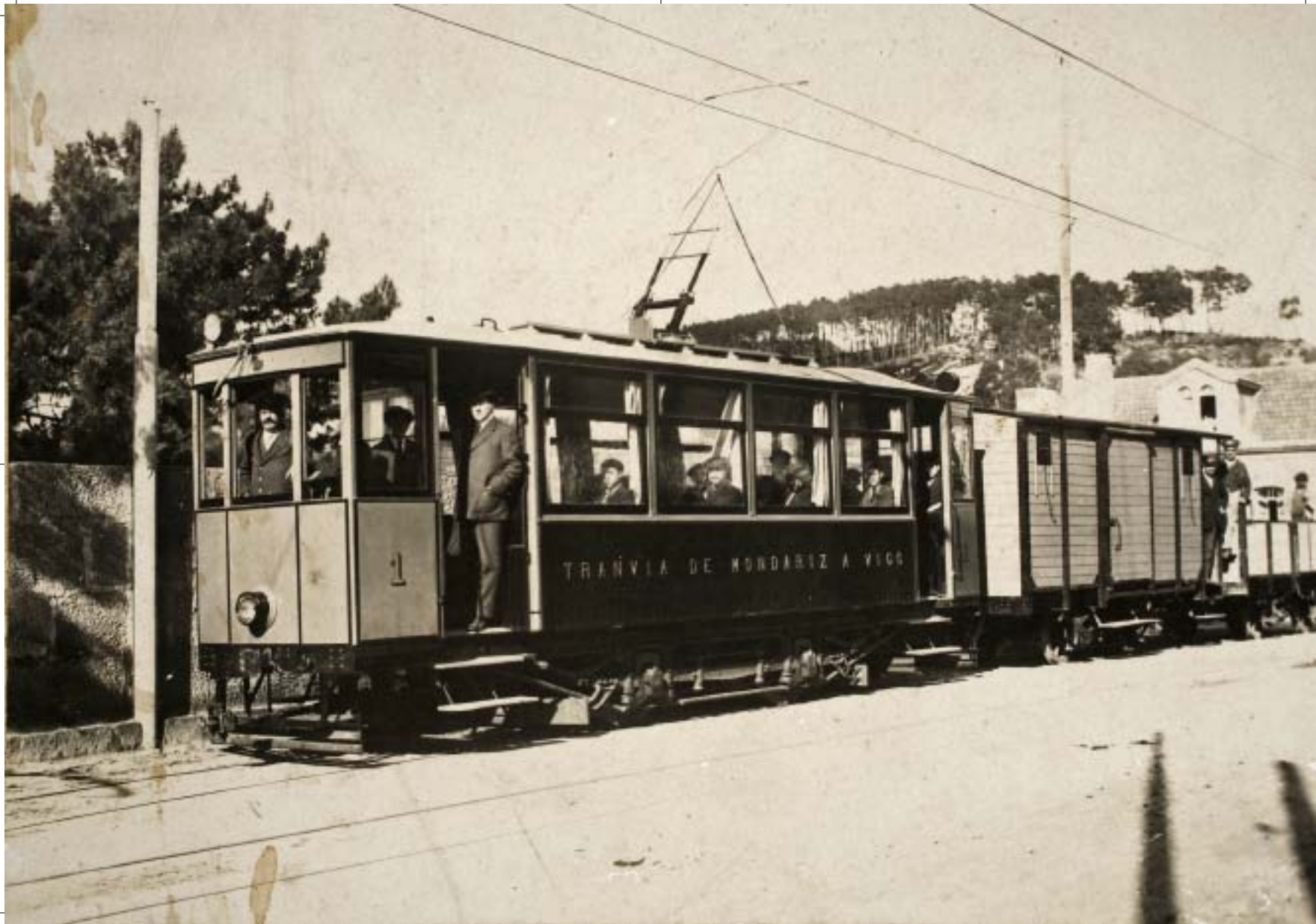














TOMO I

II

TOMO III

TOMO IV

VI

V

VII

H.P.

H.P.

H.P.

H.P.

H.P.

H.P.

H.P.

H.P.

FINCAS
PARROQUIA
DE PIAS

FINCAS
VARIAS
PARROQUIA

FINCAS
PARROQUIA
DE PIAS

LO QUE DIFERENCIA A UN AGUA MINERAL DE OTRA ES SU EDAD: EL TIEMPO QUE TRANSCURRE DESDE SU INFILTRACIÓN EN LA SUPERFICIE DEL TERRENO HASTA QUE BROTA NUEVAMENTE APORTA EL VALOR ÍNTIMO DEL SUSTRATO POR EL QUE SE FILTRA Y CON ÉSTE, COMPONENTES MINERALES ESENCIALES PARA LA SALUD. LAS AGUAS DE MONDARIZ COMO AGUAS GRAN RESERVA TIENEN 150 AÑOS DE ANTIGÜEDAD, UN TIEMPO DE ESPERA QUE LAS CONVIERTE EN OBRA NATURAL PURA. MONDARIZ EXHIBE SU RIQUEZA TELÚRICA BAUTIZANDO A UNA VARIEDAD LOCAL DEL GRANITO QUE FILTRA SU AGUA —EL GRIS MONDARIZ— Y QUE, JUNTO CON EL LARGO TIEMPO DE RESIDENCIA HIDRÁULICA, GARANTIZA EL FINO EQUILIBRIO DE SU ARMÓNICA COMPOSICIÓN Y SU TEMPERATURA CONSTANTE DE 17 °C A LO LARGO DE TODO EL AÑO...

EL FILTRO DEL TIEMPO • THE FILTER OF TIME

WHAT DISTINGUISHES A MINERAL WATER FROM NORMAL SPRING WATER IS ITS AGE: THE TIME THAT ELAPSES FROM ITS INFILTRATION IN THE SURFACE OF THE EARTH UNTIL IT SPRINGS FORTH AGAIN IS WHAT ENDOWS IT WITH TRACES OF THE SUBSTRATE THROUGH WHICH IT IS FILTERED. THESE MINERAL TRACES ARE ESSENTIAL TO HEALTH. THE "GRAND RESERVE" WATER OF MONDARIZ REMAINS UNDERGROUND FOR SOME 150 YEARS A LONG ENOUGH FOR NATURE TO DO HER WORK. MONDARIZ WATER IS FILTERED THROUGH A LOCAL VARIETY OF GRANITE DUBBED "MONDARIZ GREY" WHICH, ALONG WITH THE TIME SPENT UNDERGROUND AT A CONSTANT TEMPERATURE OF 17° C. THROUGHOUT THE YEAR, GUARANTEES THE FINE BALANCE OF ITS HARMONIOUS COMPOSITION.



Una vez afirmadas las bases del balneario, los hermanos Peinador emprenden proyectos de mayor envergadura destinados a convertirlo en un gran centro modélico de ocio y salud, y una de las empresas turísticas más importantes del país. A este fin responden la ampliación y mejora de los servicios e instalaciones con la construcción del Gran Hotel, inaugurado en 1898, y la adquisición de la finca de Pías, que acogía varias actividades productivas, lúdicas y culturales, como el museo etnográfico-arqueológico. Quizá la iniciativa más ambiciosa y que de llevarse a cabo en su totalidad hubiese tenido mayor repercusión estructural, fue la formación de la sociedad para la construcción del tranvía eléctrico Mondariz-Vigo, que uniría el establecimiento con una de las ciudades más grandes de Galicia. Otro proyecto concebido en este período, e igualmente frustrado, es el sanatorio para artríticos, una ambiciosa obra que incluía, además, una escuela de terapéutica física y el Museo de Historia Natural de Galicia. Las obras se inician en 1909, cuando el establecimiento está ya bajo la dirección de Enrique Peinador hijo, pero nunca llegarán a culminarse y, en 1929, los propietarios del establecimiento donan el edificio al Estado para dedicarlo a Instituto de Hidroterapia, Colegio Mayor o Residencia de médicos y estudiantes, para ampliar estudios e instalar museos y laboratorios. Estos proyectos reflejan el deseo de expansión del establecimiento, cuya frenética actividad en estos años lo convierte en “el único que tiene carácter internacional entre los españoles” y un modelo para todos los balnearios españoles, como señala la *Gaceta Balneológica*

LA VILLA BALNEARIA Y ANTONIO PALACIOS THE RESORT COMPLEX VILLAGE AND ANTONIO PALACIOS

Once the foundations of the spa were laid, the Peinador brothers set to work on more large-scale projects, with the aim of turning the site into a model leisure and health resort, as well as one of Spain's largest holiday companies. To this end the services were expanded and improved. The grand hotel was opened in 1898, and the adjoining Pias site was purchased, which would become home to a variety of leisure and cultural activities, such as the ethnographic-archaeological museum. The most ambitious initiative which, had it been carried out, would have perhaps had the greatest structural repercussion, was the founding of a company to building of an electric tram line between Mondariz and Vigo, linking the resort with one of Galicia's largest cities. Another of the projects weighed at the time, but also stillborn, was to build sanatorium for sufferers of arthritis, an ambitious venture which would also feature a physical therapy teaching unit and the Galician Museum of Natural History. The construction works were begun in 1909, when the resort was already under the direction of Enrique Peinador Jr., but they were never concluded, and, in 1929, the owners donated the building to the state, to be used as a hydrotherapy institute, university residence halls, accommodation for doctors and students, and museums and laboratories. These projects reflected the desire to expand the resort, whose frenzied activity during these years made it the “only Spanish resort enjoying an international reputation” and a model for all Spanish spas, as stated in the *Gaceta Balneológica* [“Spa Journal”] in 1900: “The Mondariz

206

Buvette

Buvette

gica en 1900: “El establecimiento de Aguas minerales de Mondariz, honra de España, enseña a los rezagados, en la noble tarea de levantar sus industrias balnearias al nivel que corresponde a la virtud de sus aguas, cual es el camino de merecer y alcanzar el favor del público”.

Uno de los principales rasgos diferenciadores del balneario de Mondariz empieza a vislumbrarse a inicios del siglo XX. La edificación del balneario y su lujoso hotel en el modesto barrio de Troncoso lo transforma en una de las villas más activas del municipio. La urbanización y ajardinamiento de la zona, así como la construcción de edificios diferenciados de su entorno, provoca una admiración que pronto se convierte en uno de los lugares comunes de las crónicas de los viajeros que conocen la historia del balneario: “Troncoso, olvidada aldea de miserables viviendas veinte años hace, convertida hoy por arte mágica en un pueblo, con edificaciones modernas, alegre y bonito, y con más humos ó si se quiere, gases, que la capital de su Ayuntamiento”. Consciente de ser un centro dinamizador de su entorno, fomenta su imagen de núcleo diferenciado, irradiador de civilización, que se expande y toma entidad. Sin embargo, las consecuencias de esta voluntad de desarrollo, que trasciende a la de un establecimiento de baños, no se manifiestan plenamente hasta la segunda década de siglo. A partir de la construcción del Gran Hotel, edificio emblemático de toda estación termal, la arquitectura se convierte en el principal reclamo que atrajo a los agüistas al establecimiento, convirtiéndolo en opción preferente ante otros centros de veraneo. La etapa constructiva con la que inicia la dirección del establecimiento Enrique Peinador Lines en la segunda década del siglo XX, así lo confirma.

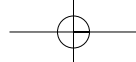
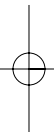
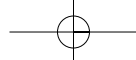
mineral water establishment makes Spain proud, and educates other, less advanced spas in the noble task of lifting the industry to a level consonant with the quality of their water, which is the only way to warrant and gain public's favour”.

One of the main distinguishing features of the Mondariz spa began to emerge in the early 20th century. The building of the resort and its luxury hotel in the humble Troncoso neighbourhood made it one of the most lively in the municipality. The development and landscaping of the area, as well as the erection of buildings which stood out from their surroundings, inspired admiration which would be expressed in all accounts by travellers familiar with the spa's history: “Troncoso, which twenty years ago was a forgotten hamlet of rundown houses, is now, as if by magic, a happy and pretty village with modern buildings, which has more to be proud of than the seat of the council to which it belongs”. In the knowledge that the spa complex had become an engine of progress in the region, its owners promoted its image as a special place from which civilisation radiated and gained momentum. However, the consequences of this desire for progress, which went beyond the building of a spa, did not become fully apparent until the second decade of the 20th century. From the building of the grand hotel, a key component of any spa, architecture became the main attraction for bathers, and distinguished it from other holiday resorts. This became evident during the construction phase which coincided with Enrique Peinador Lines' manage-

207























Enrique Peinador Lines asume la dirección del establecimiento tras realizar varios viajes al norte de Europa en los que conoce los mejores establecimientos de Alemania y Suiza. Motivado por estos viajes, inicia un ambicioso proceso de mejora y ampliación de servicios. Las obras más significativas de esta nueva etapa del balneario se deben al arquitecto Antonio Palacios, las primeras todavía en colaboración con Joaquín Otamendi. Aunque reside y trabaja principalmente en Madrid, Palacios mostró un activo interés por la cultura gallega, especialmente en su segunda etapa profesional. Pasa largas temporadas en su pueblo natal, Porriño, muy cerca de Mondariz, y colabora en las principales publicaciones generadas por este ambiente galleguista, como *Galicia* y *Nós*. Palacios coincidirá con Enrique Peinador Lines en las tertulias de la "Botica Nova" en Porriño, promovidas por su hermano, el farmacéutico José Palacios, donde se reunían además Darío Álvarez Limeses, Valentín Paz Andrade, el poeta Ramón Cabanillas, entonces secretario en Mos y residente en Porriño, o Jaime Solá, director de la revista *Vida Gallega*, entre otros.

La amistad de Enrique Peinador Lines con Antonio Palacios, el prestigio que había alcanzado el arquitecto, el compromiso con el desarrollo de Galicia que ambos compartían, explican su elección para suceder a Jenaro de la Fuente en la tarea de aumentar el prestigio del establecimiento. Es muy posible que Palacios fuese uno de los mayores entusiastas de la obra, debido a su firme convicción en la necesidad de potenciar las capacidades turísticas de la región, como pone de manifiesto en sus planes de intervención urbanística para ciudades como Santiago, Villagarcía y, muy especialmente, Vi-

ment of the establishment, in the second decade of the century. Enrique Peinador Lines took over management of the resort after visiting the most important spas in Germany and Switzerland, which inspired him to improve and expand the services offered at the resort.

The most important construction works in the spa's history were carried out by the architect Antonio Palacios, who initially worked with Joaquín Otamendi. Although he lived and worked chiefly in Madrid, Palacios had a keen interest in Galician culture, particularly during the second part of his professional career. He spent long stretches of time in Porriño, very close to Mondariz, and contributed to the main publications which had emerged in this Galician nationalist atmosphere, such as *Galicia* and *Nós*. Palacios met Enrique Peinador Lines at the *tertulias* or regular gatherings for conversation hosted by his pharmacist brother José Palacios, which were also attended by Darío Álvarez Limeses, Valentín Paz Andrade, the poet Ramón Cabanillas, who at that time worked for the Mós municipal council and lived in Porriño, and Jaime Solá, the editor of the magazine *Vida Gallega* ["Galician life"], among other publications.

The friendship between Enrique Peinador Lines and Antonio Palacios, the prestige garnered by the architect, and their shared commitment to the development of Galicia, all explain why he was chosen to succeed Jenaro de la Fuente in the task of increasing the prestige of the resort. It is very likely that Palacios was one of the greatest enthusiasts

230

Buvette

go. El Plano de Ensanche y Reforma Interior de la ciudad de Vigo, que parte de 1908, originó numerosos artículos en la prensa gallega, en los que Palacios expone sus ideas sobre urbanismo, vinculadas a la creación de un entorno turístico. Influenciado por las teorías de Camilo Sitte y los postulados del regionalismo, imagina un plan comarcal en el que una ruta paradisíaca uniría Vigo y Mondariz, aprovechando la apertura de un tramo del tranvía, donde imaginaba "entre cada agrupación de pinos, de graciosa artística silueta, una linda casita campesina de gallego estilo, nada de chalets suizos...". El buen funcionamiento y el éxito de la empresa de los Peinador sirvió de aliento a su campaña a favor del desarrollo de los atractivos turísticos de las ciudades gallegas.

Por otra parte, es preciso señalar la profunda adecuación de Palacios para continuar el engrandecimiento del balneario. Existe una coherencia entre el modo de trabajar del arquitecto y los deseos de los Peinador. Como ha señalado González Amezqueta, Palacios es un magnífico ejemplo de la contradicción que se produce entre una arquitectura con una clara voluntad idealista e incluso utópica, plasmada en los proyectos, y la necesidad de adaptarse a una realidad que impone sus propias reglas. Esta misma contradicción se encuentra en la base de la empresa ideada por Enrique Peinador y, en cierta medida, en todo proyecto de villa de aguas, cuyo principio rector es una ciudad hecha a la medida de un ideal de vida, pero que no puede sustraerse de la realidad en que se aloja. Los proyectos de Palacios para Mondariz no llegaron a realizarse íntegramente. En su origen todos ellos eran más ambiciosos, formal y materialmente, de lo que refleja la obra final.

of the project given his firm belief in the need to promote the region's tourist potential, as evidenced by his plans for urban development in cities such as Santiago, Villagarcía and, particularly, Vigo. The Interior Expansion and Renovation Plan for Vigo, implemented in 1908, was the subject of a great many articles in the Galician press, in which Palacios explained his ideas about urban planning, linked to the creation of a tourist in industry. Influenced by the theories of Camilo Sitte and by the postulates of regionalism, he devised a regional plan for the linking Vigo and Mondariz on a beautiful itinerary, taking advantage of the opening of a tram line, where he envisioned, "between each cluster of pine-trees, with their pleasing and artistic silhouette, a Galician-style farm house, nothing like a Swiss chalet.". The success and efficient operation of the Peinadors' enterprise helped fuel his campaign to promote the development of the tourist potential of Galician cities.

Palacios was very well-qualified for the task of expanding the spa. His way of working was perfectly suited to the wishes of the owners. As González Amezqueta noted, Palacios was a magnificent example of the contradiction which can be found between an architecture with a clearly idealist, even Utopian, intent, that was reflected in the projects, and the need to adapt to a reality which imposes its own rules. This same contradiction lies at the foundations of the company devised by Enrique Peinador and, to a certain extent, in any project for a watering place, whose guiding principle

231

Buvette

Los años en que Palacios trabajó en Mondariz coinciden con su primera etapa constructiva y sus años de colaboración con Otamendi. En esta fase había realizado ya tres obras importantes en Madrid. El primer triunfo del equipo es la construcción del Palacio de Comunicaciones en 1904, cuatro años más tarde comienza la construcción del Hospital de Maudes, o de Jornaleiros de Cuatro caminos, y en 1910 el Banco del Río de la Plata. Es importante señalar que, contrariamente a lo que hará a partir de los años veinte en sus obras ubicadas en el extrarradio, diferenciadas por un lenguaje teñido de citas locales, como era habitual desde la primera década de siglo, especialmente en Galicia, sus obras en Mondariz comparten los rasgos de sus edificios urbanos. Tanto el pabellón de la fuente de Gándara, con su lenguaje clásico, como la claridad estructural y fachadística del Hotel Sanatorio o de "La Baranda", participan del concepto clasicista de la composición y la monumentalidad de las obras citadas, así como la composición ornamental de las fachadas inspirada en los modelos de la *Sezession* vienesa, y la combinación de materiales nuevos y tradicionales: hierro, vidrio, hormigón, cerámica y piedra.

Entre los años diez y mediados de los años veinte Antonio Palacios construye en Mondariz algunos de sus edificios más emblemáticos. Exceptuando al Hotel nº 5, que ofrece ciertas dudas, la práctica totalidad de los edificios importantes que pertenecen a esta segunda etapa constructiva del balneario son obra de Palacios: el pabellón de la fuente de Gándara y el edificio de Correos que se construye anexo, el inacabado Hotel-Sanatorio, el edificio denominado "La Baranda", concebido inicialmente como un paseo cubierto a imi-

is to create a resort adapted to an ideal life style, whilst still embracing the reality surrounding it. The projects by Palacios for Mondariz were never fully realised. They were originally more ambitious, both in formal and material terms, than is reflected in the final work.

The years during which Palacios worked in Mondariz coincide with the first stage of his career, and his period of collaboration with Otamendi. At this point he had already completed three major projects in Madrid. The first success of the team was the building in 1904 of the *Palacio de Comunicaciones* post office complex in the Spanish capital. Four years later he began the building of the *Hospital de Maudes*, not the Red Cross hospital, in the Cuatro Caminos neighbourhood of northern Madrid, and in 1910 he built the office building to house the Río de la Plata bank. It should be noted that, unlike his work after the 1920s, featuring buildings on city outskirts, which many local references, which was typical of Galician architecture in the first decade of the century, his work in Mondariz shares many features with his urban buildings. Both the pavilion of the Gándara fountain, with its classical style, and the hotel-sanatorium and "La Baranda", with the clarity of their structures and façades, are imbued with the classical concepts of composition and monumentalism, while also featuring an ornamental composition in the facades inspired by the models of the Viennese *Sezession*, and the combination of new and traditional materials: iron, glass, concrete, ceramic tiles, and stone.

232

Buvette

tación de los que se encontraban en los principales balnearios europeos y destinado a galería comercial, o la reforma del pabellón de la fuente de Troncoso. Es muy probable que la intervención de Palacios formase parte de un plan de reforma más ambicioso, en el que algunas de las obras fueron realizadas desinteresadamente. Esto ya había sucedido en otros casos que implicaban el personal interés del arquitecto por promocionar la capacidad turística de Galicia, o bien cuando trabajaba para familiares o amigos. Él mismo confesaba en 1920: "Ahora apenas cobro, ¿No ve que tiene uno ya costumbre y se ha creado relaciones y ha contraído amistades a las que no puede uno cobrar?... Otras veces es por amor propio". Por otra parte, cabe recordar que la vinculación de Palacios con Mondariz no se reduce a su intervención arquitectónica. Además de la amistad y comunión de ideas que lo unían a Enrique Peinador, el balneario era uno de los centros neurálgicos de la intelectualidad gallega a principios de siglo y el arquitecto asiste a varios de los actos culturales con carácter oficial que allí se celebran. No resulta difícil imaginar a Palacios contribuyendo desinteresadamente al proyecto de ampliación del célebre balneario de su amigo, cuya materialización sería el mejor apoyo a sus ideas sobre el turismo en Galicia, y su éxito la mayor confirmación. Una explicación complementaria a la intervención desinteresada de Palacios en la empresa de su amigo, es la difícil situación que comienza a vivir el balneario de Mondariz tras la muerte de Peinador Vela en 1917, y la manifiesta crisis que afecta a este tipo de establecimientos a partir de los años veinte. A esto se debe, en cualquier caso, la ralentización general de las obras y la renuncia a culminar el ambicioso y monumental edificio del Hotel-Sanatorio.

From the 1910s and the mid-1920s, Antonio Palacios built some of his most legendary buildings in Mondariz. With the possible exception of Hotel No. 5, almost all of the important buildings from the second phase of the building of the spa are the work of Antonio Palacios: the pavilion of the Gándara fountain and the post office built next to it, the unfinished hotel-sanatorium the building known as "La Baranda" –originally conceived as a covered promenade, inspired by those found in the main European spas, and which was to be used as a shopping mall– and the renovation of the of the Troncoso fountain pavilion. It is very likely that the intervention of Palacios was part of a more ambitious renovation plan, in which some of the buildings were designed without charge. This had occurred on other occasions when the architect saw the opportunity to promote Galicia's tourist potential, and when he was working for relatives or friends. In an interview published in 1920 he said "I hardly ever accept payment. It has become a habit, you see, and I have established relationships and friendships which make it impossible for me to demand payment. And sometimes it is simply a matter of pride." It should be noted, however, that Palacios' connection to Mondariz was not confined to his architectural contributions. There was also his friendship communion of ideas with Enrique Peinador, and the fact that the spa was one of the centres of the Galician intellectual life in the early part of the century, and the architect attended numerous cultural events there. It is not difficult to imagine Palacios generously contribut-

233

Buvette

Al finalizar esta etapa constructiva, la última del balneario de los Peinador, se ha operado un cambio cualitativo en la configuración del espacio. En estos años el balneario alcanza una nueva autonomía, una nueva categoría administrativa e identitaria, que se traduce en la ampliación de los usos del espacio balneario y su mayor planificación. Además de ordenar el espacio balneario considerablemente, las nuevas construcciones lo amplían al exterior del recinto inicial en el que había surgido el establecimiento. En este proceso es fundamental la destacada vocación urbanista de Palacios que lo diferencia del autor del Gran Hotel, Jenaro de la Fuente. Palacios reconfigura un lugar cuidadosamente diferenciado. Cada uno de sus edificios, todos ellos de grandes dimensiones y altura, supone un nuevo hito en el lugar. El Gran Hotel ya no es el único eje vertical preponderante y principal hito visual del establecimiento. Los nuevos edificios compiten en monumentalidad y altura con aquél, alterando la imagen del lugar. La nueva disposición, la adición y el carácter de los nuevos edificios, así como la apertura que ha producido el nuevo eje que supone el paseo que une las remodeladas fuentes de Gándara y Troncoso (reforzado por la disposición de “La Baranda” y del Hotel-Sanatorio), eliminan la percepción de un lugar cerrado. La inauguración de la carretera de Troncoso en 1908 rompe el límite norte del espacio balneario marcado por la carretera Mondariz-Puentearreas. Esta apertura sugiere al visitante la expansión del lugar y, con él, de un determinado modo de vida que ha salido del recinto para asumir nuevos espacios de encuentro y reunión. El grado de complejidad y voluntad urbana que alcanza Mondariz en los años veinte lo convierten en un caso excepcional en Galicia, cuyo ambicioso plan-

ing to the expansion project of his friend's famous spa, as a way of expressing his own interest in helping develop Galicia's tourist industry. Another explanation for Palacios's generous contribution to his friend's company has to do with the difficult situation which the Mondariz spa was going through following the death of Enrique Peinador Vela in 1917, and the undeniable crisis that affected the entire spa industry in the 1920s. This was certainly the reason why construction works were slowed, and why the ambitious and monumental plan to build the hotel-sanatorium was aborted.

At the end of this building phase, the last to take place at the Peinador brothers' spa, a qualitative change came in the configuration of the space in the complex. Over the years, the spa achieved a new autonomy, a new status as a municipality, and a new identity, which was translated into a broadening of the uses of the spa space and improvements in its layout, as the new buildings expanded the complex well beyond its original precincts. This showed Palacios enthusiasm for urban planning, with set him apart from the architect of the Gran Hotel, Jenaro de la Fuente. Palacios reconfigured and meticulously differentiated the spaces. Each one of its buildings, all of which are large and tall, marks a new milestone. The grand hotel was no longer the sole or dominant vertical axis and visual landmark in the resort. The new buildings competed with its monumental nature and height, altering the appearance of the whole. The new

234

Buvette

teamiento se aproximaba, como ha señalado Leboreiro Amaro, a la idea de ciudad de las aguas planteada en Vichy. En estos años el balneario está inmerso en un proceso de creación de una identidad local con la intención de trascender al ámbito político, lo que desembocará en la creación del ayuntamiento en 1925. Mondariz ya no será sólo un establecimiento balneario sino una villa, Mondariz-Balneario. En medio de un paisaje rural se ha constituido un lugar en el que se distinguen, si bien a una escala reducida, los habituales referentes urbanos: zonas, calles y plazas. En su pequeño espacio el balneario de Mondariz ofrece a los agüistas y a los habitantes del pequeño ayuntamiento su “imagen de la ciudad”. Sin perder la capacidad de integrar el paisaje, principio básico que debe prevalecer invariablemente en un establecimiento de este tipo, se produce una paulatina integración de los planteamientos urbanos. Lo orgánico ha dado paso a una forma sistematizada que indica la definitiva posesión del lugar natural por los principios ordenadores de la ciudad. La mayor ficción de este espacio, ya subyugado, consiste en la intención de no perder aquello que le da sentido al balneario en el campo: el de ser una alternativa al modo de vida urbano.



arrangement, additions, and character of the new buildings, as well as the expansion of the site via the promenade linking the renovated Gándara and Troncoso fountains (reinforced by the arrangement of “La Baranda” and the hotel-sanatorium), whereby the site was no longer an enclosed space. The building of the of the Troncoso road in 1908 opened the northern boundary of the resort, marked by the Mondariz-Puentearreas road, from which one could see the expansion which the spa had undergone, and with it, the changing spirit of the complex, which has spilled over its boundaries to offer new spaces.

The complexity and layout of Mondariz in the 1920s made it unique in Galicia, and as María A. Leboreiro pointed out; made it comparable to Vichy as a spa-centred town. At this time the spa was committed to the idea of forging a local identity, and this led to its incorporation as a town in 1925. In its rural setting and small space, the new town featured its own neighbourhoods, streets, and a public square, now accommodating not only visitors but also local residents. Without diminishing the resort's harmony with the surrounding landscape, a basic principle which should always prevail in this kind of establishment, urban elements were gradually incorporated, first organically, and later systematically. The greatest fiction which exists in this now subdued space consists of its desire to preserve that which lends meaning to the spa in the landscape: to provide an alternative to the urban lifestyle.

235

Buvette



La actividad de los hermanos Peinador debe incluirse en el ambiente de la Pontevedra decimonónica, que era entonces uno de los principales focos de la política, la cultura y la intelectualidad gallega. La relación de los Peinador con el círculo pontevedrés propició, sin duda, su preocupación por el desarrollo de la cultura gallega, así como por la recuperación y conservación de sus tradiciones. La vinculación de los hermanos con el ambiente cultural y político del galleguismo se pone de manifiesto desde los primeros años y será continuada por Enrique Peinador Lines, en quien recae la dirección del establecimiento en 1907.

En estos años, el balneario se distingue como un organismo vivo e implicado con su entorno más allá de lo que atañe al propio establecimiento. Mientras que, como empresa, su aspiración es la de igualarse a los grandes centros hidrológicos europeos, como entidad gallega de principios de siglo asume un papel protagonista en el activo panorama cultural y político de su tiempo, inevitablemente ligado al regionalismo de Murguía y Brañas y, sobre todo, a partir de la creación de *As Irmandades da Fala* (1916-21), al nacionalismo. Las dos primeras décadas del siglo XX constituyen un período fundamental en el que cultura y política están estrechamente vinculadas, pues se partía de la convicción de que la afirmación política de Galicia pasaba por la afirmación de una cultura e identidad gallega. El balneario de Mondariz primero con los hermanos Peinador Vela y desde 1907 con Enrique Peinador Lines formó parte de este movimiento.

MONDARIZ Y LA CULTURA GALLEGA A PRINCIPIOS DEL S. XX MONDARIZ AND CULTURE AT THE BEGINNING OF THE 20TH CENTURY

The achievements of the Peinador brothers are a part of Pontevedra's history in the 19th century, when the city was a major centre of Galician political, cultural, and intellectual life. The brothers were very concerned with the development of Galician culture, and with the recovery and preservation of its traditions. Their involvement in Galician nationalist political and cultural circles was constant, and it continued under their successor, Enrique Peinador Lines, who assumed the management of the establishment in 1907. In those years the spa was the focus of activity that went far beyond the scope of a medicinal baths resort. While as a business it aspired to take its place amongst the most renowned European establishments of its kind, as a turn-of-the-century Galician institution it played an active role in contemporary political and cultural affairs, as a partisan of the regionalism propounded by Murguía and Brañas and above all, with the advent of the *As Irmandades da Fala* ["Brotherhoods of the Language"] (1916-21) of Galician nationalism. In the first two decades of the new century Galician political and cultural life were intertwined, since nationalist politics sprang from the affirmation of a strictly Galician culture and identity. The Mondariz spa under the Peinador Vela brothers and from 1907 under Enrique Peinador Lines was very much a part of this movement. In the century's first decade the agrarian movement was very strong, and was backed by such publications as *Solidaridad Gallega* (1907-1912) and *Acción Gallega* (1910), whose chief demands were the rescinding of medieval privileges and an end to rural

238

Buvette

En los años diez tuvo una gran relevancia el movimiento agrarista, apoyado por publicaciones como *Solidaridad Gallega* (1907-1912) o *Acción Gallega* (1910), cuyas principales reivindicaciones eran la redención de foros y acabar con el caciquismo rural. Uno de sus principales líderes fue Basilio Álvarez, "el cura de Beiro", que funda en Madrid La Liga Agraria de Acción Gallega, con la colaboración de un grupo de gallegos residentes en Madrid que se reunían diariamente en el café Excelsior: Enrique Peinador, Alfredo Vicenti, Manuel Portela Valladares y Prudencio Canitrot entre otros. Los Peinador se implican en la lucha agrarista, colaborando en la financiación de *Acción Gallega* que, ocasionalmente, publicaba artículos sobre turismo y el balneario de Mondariz (cuya publicidad ocupaba la contraportada de la revista) y publicando varios artículos en *La Temporada*, algunos de ellos firmados por el propio Basilio Álvarez. El "cura de Beiro" acudiría a los actos más importantes que tienen lugar en el balneario, y los Peinador se unen al banquete que se celebra en su honor en Madrid en julio de 1912.

En la misma década, *Las Irmandades da Fala*, creadas en La Coruña en 1916 reivindican, con la colaboración del periódico *A Nosa Terra*, el uso y recuperación del gallego y la necesidad de independizar la economía gallega de lo que Peña Novo consideraba "colonización" de la española. En 1920 nace la revista *Nós* controlada por Risco, Otero Pedrayo, López Cuevillas y otros jóvenes escritores como Castelao –que será su director artístico–, integrantes del llamado grupo *Nós*, principales dinamizadores de la cultura e identidad gallegas en los años veinte. Frente al marcado carácter político de *A Nosa Terra*, los temas centrales de la revista *Nós* eran la literatura, la etnografía, y

caciques or strongmen. One of its most prominent leaders was Basilio Álvarez, "the priest of Beiro", who founded the *Liga Agraria de Acción Gallega* in Madrid, with the help of other Galicians living in the Spanish capital who met every day in the Excelsior café, and included Enrique Peinador, Alfredo Vicenti, Manuel Portela Valladares, and Prudencio Canitrot. The Peinador brothers were involved in the agrarian movement, and helped finance *Acción Gallega*, which occasionally published articles about the Mondariz spa, advertisements for which often appeared on the back cover. The magazine *La Temporada* also ran articles signed by Basilio Álvarez himself, and "the priest of Beiro" attended the most important events held at the spa. The Peinador brother, for their part, attended a banquet held in his honour in Madrid in July, 1912.

In that same decade, *Las Irmandades da Fala*, founded in La Coruña in 1916, and backed by the newspaper *A Nosa Terra* ["Our Land"], called for the revival and use of the Galician language and for independence of the Galician economy from what Peña Novo termed "Spanish colonisation". The year 1920 witnessed the launch of the magazine *Nós* ["We"] controlled by Risco, Otero Pedrayo, López Cuevillas and other young writers and artists such as the multifaceted Castelao –who was to become its art director–, all of them members of the *Nós* group, which was the main promoter of Galician culture and identity in the 1920. In contrast to the highly political *A Nosa Terra*, the magazine *Nós* focused its attention on literature, ethnography, and archaeology.

239

Buvette

la arqueología. Enrique Peinador Lines mantendrá vínculos con ambas publicaciones que, a su vez, aluden al balneario y a su gerente como ejemplos de galleguismo. A *Nosa Terra* presenta a los Peinador como “verdaderos aristócratas da espiritualidade galega”, que heredaron de su padre “aquel varón venerabel o culto â Terra e âs cousas da Terra”. Su balneario se convierte en un centro de peregrinación para aquellos que defienden la misma causa, y llegará a ser calificado como “santuario da patria galega” o “sanatorio de doentes e tempo de galeguismo enxebre e puro”, donde los cada vez más numerosos agüistas extranjeros eran testigos “do rexurdimento galego que estase verificando nos nosos días”. Enrique Peinador Lines era miembro correspondiente de la Real Academia Gallega, fue socio protector del Seminario de Estudios Gallegos, creado en 1923 y, aunque él se definía como “comparsa” porque “estaba na segunda reserva”, participa en algunos de los principales actos galleguistas celebrados en los años veinte. En 1922 el periodista José R. Lence lo describía como “un galleguista ferviente” y, posteriormente, Fernández del Riego lo calificaría de “galleguista insobornable” por su papel en la reconstrucción del galleguismo organizado en la posguerra.

La estrecha amistad y colaboración entre Enrique Peinador Lines y Ramón Cabanillas acentúa este compromiso. El escritor dirigirá el semanario *La Temporada* desde 1922, sin embargo, es posible que su colaboración con los Peinador comenzase quizá en 1920, el mismo año de su ingreso en la Real Academia Gallega y de la publicación de su obra, *A man da Santiña*, en la imprenta del establecimiento. En medio del vacío literario gallego de princi-

Enrique Peinador Lines maintained links with both publications which, in turn, referred to the spa and its manager as good examples of Galician nationalism. A *Nosa Terra* described the Peinadors as “genuine aristocrats of the Galician spirit”, who inherited from their father –“that venerable gentleman”– “respect for the land of the things of the earth”. Their spa became a Mecca for nationalists, and was even called a “sanctuary of the Galician fatherland” or a “sanatorium for sufferers and a temple of authentic and pure Galician nationalism”, at which the growing number of foreign clients were witness to “the Galician resurgence that is now taking place”. Enrique Peinador Lines was a member of the *Real Academia Gallega* [Royal Galician Academy], and a sponsor-member of the *Seminario de Estudios Gallegos* [Seminary of Galician Studies], founded in 1923, and although he belittled his role, the fact is that took part in some of the most important events championing Galician nationalism in the 1920s. In 1922 the journalist José R. Lence described him as “a fervent Galician nationalist” and later on, Fernández del Riego called him an “incorruptible champion of the Galician cause” for his contribution to the rebuilding of the nationalist movement following the Civil War.

The close cooperation between Enrique Peinador Lines and Ramón Cabanillas underlines this commitment. The writer became editor of the weekly *La Temporada* in 1922, though it seems likely that he began to work with the Peinador family in 1920, the year

pios de siglo, Cabanillas representa un nuevo giro, ya iniciado por Pondal, en las letras gallegas. En 1910 emigra a Cuba y regresa a Galicia cinco años más tarde, gracias a la ayuda del marqués de Riestra, donde el movimiento agrarista y las Irmandades lo bautizan como el “poeta da Raza”. Su primera colaboración con las publicaciones del balneario es un poema publicado en 1916 en la revista *Mondariz*, y dos años después publica un poema de su obra *Vento Mareiro* en *La Temporada*. En 1917 es nombrado secretario del Ayuntamiento de Mos, reside en Porriño, allí traba amistad con José Palacios, hermano del arquitecto Antonio Palacios, y participa en las tertulias que éste organizaba en su farmacia a las que acudían los hermanos Peinador Vela y Enrique Peinador Lines. En una carta que dirige a Ricardo Carballo Calero en 1954, Cabanillas expresa la gran amistad que le unía a Enrique Peinador hijo: “...por entón era eu segredario do axuntamento de Mos. De eiquí fun a Madrí –onde Pueyo fixo a segunda edición de *Vento Mareiro*– e de Madrí, a requerimento dun dos meus mellores amigos neste mundo, Enrique Peinador– fun a Mondariz, onde por consello del esquirbin *Na noite estrelecida* e *A rosa de cen follas*, que editamos no mesmo Mondariz en pequenas edicións que non se puxeron á venda. Aí también se emprentou *O bendito San Amaro*, cuns maravillosos dibuxos de Castelao”. Bajo la dirección de Cabanillas –sin eludir su principal papel de portavoz del balneario–, el semanario *La Temporada* se muestra mucho más volcado en la causa galleguista. El escritor compone varias obras para festividades o eventos señalados del balneario: unas cantigas en honor a la Virgen del Carmen, Patrona del balneario, que son cantadas en la procesión anual y un poema al balneario “Nas

that he was inducted into the *Real Academia Gallega* and he published his work, *A man da Santiña*, which was printed on the spa’s press. In a period almost barren of new Galician-language literature around the turn of the century, the work of Cabanillas, following that of Pondal, was a new ray of light. He emigrated to Cuba in 1910 and returned to Galicia five years later, thanks to the help provided by the Marqués de Riestra, and he was soon dubbed “a poet and native son” by the agrarian movement and the *Irmandades*. His first contribution to the publications of the spa was a poem that appeared in 1916 in the magazine *Mondariz*, and two years later in *La Temporada* he published a poem taken from his work *Vento Mareiro* [“Sea Wind”]. In 1917 he was appointed secretary of the town council of Mos, and took up residence in Porriño, where he became friends with José Palacios, pharmacist brother of the architect Antonio Palacios, and took part in *tertulias* or café discussion groups that Palacios held in his chemist’s shop, which were attended also by the Peinador Vela brothers and Enrique Peinador Lines. In a letter to Ricardo Carballo Calero in 1954, Cabanillas spoke of his great friendship with Enrique Peinador junior “At the time I was secretary of the Mos council. From there I went to Madrid –where Pueyo published the second edition of *Vento mareiro*– and from Madrid, at the invitation of one of my best friends in this world, Enrique Peinador, I went to Mondariz, where on his advice I wrote *Na noite estrelecida* [“The stary Night”] and *A rosa de cen follas* [“The Hundred-Leaf Rose”], and in Mondariz it-

bodas d'ouro". Por otra parte, la imprenta del balneario edita varios de sus libros, además de *A man da Santiña* (1921): *Estoria do bendito San Amaro* (1926), *Na noite estrelecida* (1926) considerada su obra maestra, y *A rosa de cen follas* (1927), con cubierta e ilustraciones de Castelao, y *Un somero recuerdo de la vida y obra de E. Pondal* (1930). A éstos se suma la novela titulada *Pepe Castro*, que aparece como folletín de *La Temporada* el 27 de julio de 1924. Es muy probable que el trabajo de Cabanillas en Mondariz finalizase alrededor de 1929, cuando ingresa en la Real Academia Española y establece su residencia en Madrid por unos años.

Además de manifestarse a través de sus publicaciones, en estos años el balneario se convierte en un verdadero centro donde se celebran diversos actos de afirmación galleguista. El más importante fue la recepción de los nuevos miembros de la Real Academia Gallega, Ramón Cabanillas y Antonio Rey Soto, los días 30 y 31 de agosto de 1920, que concluye con un homenaje a Murguía el 1 de septiembre y una ofrenda a Enrique Peinador Vela. El pintor Francisco Llorens, amigo de Enrique Peinador Lines, decora el teatro del Gran Hotel donde se celebrará el acto de recepción al que acuden, entre otros, Castelao, que ese mismo año colabora con la revista *Mondariz*, Vicente Risco, Rey Soto, Villar Ponte, Manuel Lezón, y los académicos Marcelo Macías, el marqués de Figueroa, Andrés Martínez Salazar, Eugenio Carré Aldao, Wenceslao Requejo, Amador Montenegro, y Eladio Rodríguez González. El acto tiene gran repercusión en la prensa gallega, y gracias a la escritora inglesa Annette B. Meakin –que se encontraba en el balneario des-

self we printed limited editions that were not put up for sale. We also printed *O bendito San Amaro* ["Blessed St. Amaro"], with some wonderful drawings by Castelao". Under the editorship of Cabanillas –who remained mindful of the weekly magazine's chief mission of publicising the spa– *La Temporada* became increasingly involved with the cause of Galician nationalism. He wrote several works for festivals and other important events at the spa, including songs for the Virgin of Mt. Carmel, patron of the hot springs, which were sung during the annual procession, as well as a poem for the 50th anniversary of the founding of the establishment. The spa's press published a number of his books, including *A man da Santiña* (1921): *Estoria do bendito San Amaro* (1926), *Na noite estrelecida* (1926) regarded as his masterpiece, and *A rosa de cen follas* (1927), for which Castelao provided the cover design and illustrations, and *Un somero recuerdo de la vida and obra de E. Pondal* ["A brief memoir of the life and work of E. Pondal"] (1930). His novel *Pepe Castro* was originally published as a serial in *La Temporada* in 1924. It is likely that Cabanillas left Mondariz around 1929, when he was inducted into the Real Academia Española and settled in Madrid for several years.

In addition to championing of the Galician cause in its publications, in this period the spa hosted numerous related events. The most important was the reception given for the new members of the *Real Academia Gallega*, Ramón Cabanillas and Antonio Rey

242

Buvette

de el 14 de mayo documentándose para escribir una novela–, también se publican dos notas de prensa en los diarios londinenses *The Morning Post* (11-IX) y *The Times* (16-IX). *La Temporada* dedica un número especial al evento, tratado como un gran acontecimiento para la cultura gallega y, sobre todo, para la historia del balneario. La recepción a los nuevos académicos de la Real Academia Gallega inaugura las "fiestas gallegas" del balneario, en las que participaban coros tradicionales y a las que invitaban a poetas y artistas. Entre estas "fiestas gallegas", las más sonadas son las celebradas los días 27 y 28 de agosto de 1921, con motivo de la entrega de los premios de la revista *Mondariz*, y la fiesta de los días 26 y 27 de agosto de 1922 en la que se celebra una velada literaria a cargo de Alfonso R. Castelao y A. Noriega Varela. Es en este ambiente en el que surgen proyectos como el de fundar la "Sociedad de los Amigos de Galicia" a iniciativa de Enrique Peinador, Victoriano García Martí, Ramón María del Valle-Inclán, y Ramón Cabanillas, con toda seguridad durante la visita de Valle-Inclán al balneario la temporada de 1925.

Dentro de su labor de mecenazgo, convocan en 1921 el "Primer Concurso de la revista Mondariz sobre temas interesantes para Galicia". La elección de los temas revela las prioridades de la intelectualidad gallega, entre las que la recuperación del patrimonio musical y arquitectónico ocupaba un lugar central. *A Nosa Terra* y *Nós* anuncian y alaban la iniciativa como una nueva muestra del compromiso galleguista de los Peinador. El concurso se falla el 27 de agosto, y la entrega de premios se celebra en el balneario de Mondariz con diversos actos iniciados con un homenaje a Enrique Peinador Vela.

Soto, on 30th and 31st August, 1920, which ended with a tribute to Murguía and to Enrique Peinador Vela on 1st September. The painter Francisco Llorens, a friend of Enrique Peinador Lines, decorated the theatre in the spa's grand hotel where the reception was held. The guests included Castelao –who that same year contributed to the magazine *Mondariz*– Vicente Risco, Rey Soto, Villar Ponte, Manuel Lezón, and Academy member Marcelo Macías, the Marqués de Figueroa, Andrés Martínez Salazar, Eugenio Carré Aldao, Wenceslao Requejo, Amador Montenegro, and Eladio Rodríguez González. The event was given wide coverage in the Galician press, and thanks to the English writer Annette B. Meakin –who since 14th May had been a guest at the spa where she was working on a novel– it was mentioned in two news items in London –in *The Morning Post* (11th December) and *The Times* (16th December). *La Temporada* devoted a special issue to the event, treating it as an important moment for Galician culture, and above all, in the history of the spa. The reception saw the beginning of the "fiestas gallegas" at the spa, featuring traditional choirs, and to which poets and artists were invited. The grandest of these fiestas were those of 27th–28th August, 1921, when the *Mondariz* magazine handed out its annual prizes, and 26th–27th August, 1922 featuring a literary soirée headed by Alfonso R. Castelao and A Noriega Varela. This atmosphere gave rise to such projects as the founding of the *Sociedad de los Amigos de Galicia* [Society of Friends of Galicia] on the initiative of Enrique Peinador,

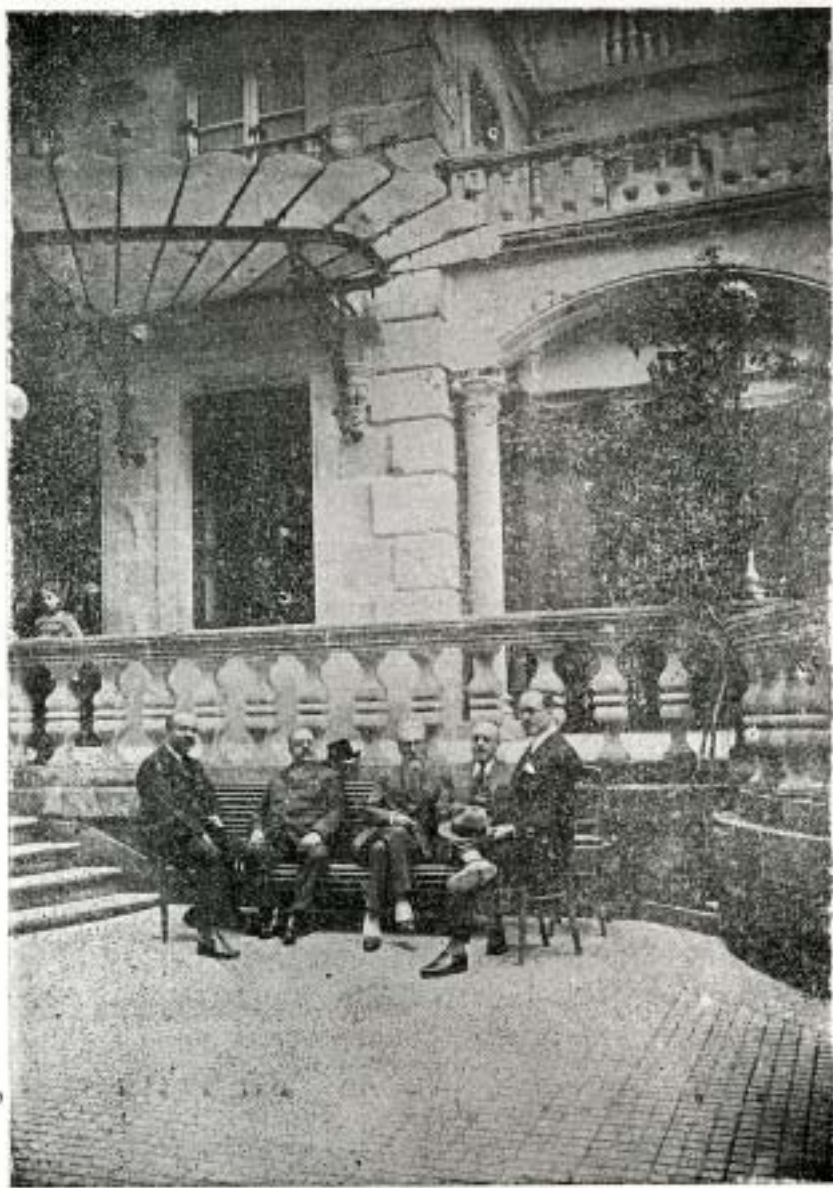
243

Buvette









Entre los invitados estaban W. Fernández Flórez, Basilio Álvarez, Carlos Sobrino, Roberto Blanco Torres, Manuel Lustres Rivas y el poeta Manoel Antonio. Presiden la entrega el escritor coruñés Joaquín Martín Martínez, el fundador de los coros gallegos Perfecto Feijoo y el presidente de las Irmandade da Fala de Bayona, José Rodríguez Vicente. Los trabajos ganadores: *La Antigua Casa Gallega* del pintor Carlos Sobrino y *La mancomunidad gallega* de Luis Peña Novo, son publicados por la imprenta del balneario en 1923 dentro de la colección "Biblioteca de la revista *Mondariz*".

Otra de las iniciativas de los Peinador que confirmó al balneario como centro de cultura fueron las exposiciones de arte del paisajista Imeldo Corral en 1921, o la de fotografías de Galicia de Ksado en 1924, año en el que también se exponen cincuenta dibujos de Castelao. Asimismo, el pintor Julio Vila Prades, discípulo de Sorolla, vivió una larga temporada en el balneario, donde dejó varias obras. Castelao visita el balneario por primera vez el 22 de julio de 1913 para pronunciar la conferencia "Algo acerca de la caricatura", publicada el 27 julio en *La Temporada* con el título "Momento de arte". Ese mismo año, Enrique Peinador Lines le encarga la realización de tres lienzos de gran tamaño. En una carta dirigida al escritor Rey Soto, Castelao anuncia cuál será su temática: "Estoy trabajando para Mondariz. Voy a decorar un salón y no pienso hacer más que cosas de ciegos. Puedes decírselo a Peinador...". En enero de 1915, poco después de sufrir él mismo una ceguera temporal, entrega los tres óleos, cuyo primer destino fue el edificio "La Baranda", donde permanecieron alrededor de treinta años y, posteriormente, fueron cedidos a la Real Academia Gallega, en cuya sede de La Coruña cuelgan hoy.

Victoriano García Martí, Ramón María del Valle-Inclán, and Ramón Cabanillas, almost certainly on the occasion of Valle-Inclán's visit to the spa in 1925.

In 1921 the magazine *Mondariz* announced that it would give awards for articles about subjects "of interest to Galicia". The submissions indicated the priorities of Galicia's intellectuals, such as the recovery of the region's musical and architectural heritage. The publications *A Nosa Terra* and *Nós* praised the initiative as a new sign of the Peinador family's commitment to Galicia. The winners were *La Antigua Casa Gallega* ["The ancient Galician House"], by the painter Carlos Sobrino, and *La mancomunidad gallega* ["The Galician commonwealth"] by Luis Peña Novo. The awards ceremony, held on 27th August, began with a tribute to Enrique Peinador Vela, and guest included W. Fernández Flórez, Basilio Álvarez, Carlos Sobrino, Roberto Blanco Torres, Manuel Lustres Rivas, and the poet Manoel Antonio. Presiding over the ceremony was the La Coruña writer Joaquín Martín Martínez, founder of the Galician choirs Perfecto Feijoo, and Bayona *Irmandade da Fala* president José Rodríguez Vicente. The winning entries were published by the spa's press in 1932, and formed part of the "*Biblioteca de la revista Mondariz*" ["Mondariz magazine library"] collection.

Another of the Peinador family's initiatives that helped confirm the hot springs resort as a cultural centre was the hosting of art exhibitions, such as that of the landscape painter Imeldo Corral in 1921, the show of photographs of Galicia by Ksado in 1924,

252

Buvette

El interés por la etnografía y el folklore, que alcanza un gran auge a mediados del XIX, tiene en Galicia una especial relevancia en la afirmación de una "raza galega", e incentiva las exploraciones arqueológicas. En 1915 el Boletín de la Real Academia Gallega, publicaba la siguiente noticia: "Importantes descubrimientos arqueológicos en Mondariz. Nuestro querido compañero Ángel del Castillo que tantos estudios lleva realizados acerca de nuestros antiguos monumentos, muchos de los cuales han visto la luz en este boletín, acaba de hacer una excursión a Mondariz con objeto de estudiar y conocer cuanto de notable encierra esta hermosa comarca...". Las excavaciones iniciadas entonces por Enrique Peinador en la citania de Troña son continuadas entre 1927 y 1930 por Luis Pericot, catedrático de la Universidad de Valencia, nombrado su Delegado Director, y Florentino López Cuevillas, director de la sección de Prehistoria del Seminario de Estudios Gallegos, que residieron durante las excavaciones en el balneario. El castro de Troña, es una de las citanias que más aportó al estudio de la protohistoria del Noroeste peninsular. El castro amurallado y rodeado de un gran foso albergaba más de treinta construcciones de diversas tipologías (cuadradas, elípticas, circulares...) y resultó rico en materiales arqueológicos. Enrique Peinador, Isidro Parga y el presidente del Patronato de Turismo Vicente Riestra, co-propietario del Gran Hotel desde la muerte de su suegro, Ramón Peinador Vela, colaboraron con Pericot y Cuevillas en la clasificación de los objetos encontrados. Luis Pericot e Isidro Parga escriben una serie de artículos en *La Temporada* sobre los hallazgos e intervenciones en la citania que completan la información enviada a la Junta en 1931.

and, in the same year, the exhibition of 50 drawings by Castelao. The painter Julio Vila Prades, a disciple of Sorolla, lodged for a long season at the spa, and left several works there. Castelao visited the spa for the first time on 22nd July 1913 to deliver a lecture entitled "Something about the Caricature", which was later published as "A Moment of Art" in the 27th July issue of *La Temporada*. In that same year, Enrique Peinador Lines commissioned him to paint three large canvases. In a letter to the writer Rey Soto, Castelao mentioned the commission: "I am working for Mondariz. I'm going to decorate the lounge and I don't plan to do more than blind men's things. You can tell Peinador.". In January of 1915, after the artist himself had undergone a period of blindness, he handed over the three oils, which were first hung in the "La Baranda" building, where they remained for 30 years, and were later loaned to the *Real Academia Gallega* in La Coruña, where they can be seen today.

Interest in ethnography and folklore, which peaked in the middle of the 19th century, led to the belief in a "Galician race", and motivated numerous archaeological explorations. In 1915 the official gazette of the *Real Academia Gallega* published the following item: "Major Archaeological Finds in Mondariz. - Our dear colleague Ángel del Castillo, who has carried out so many studies of our ancient monuments, many of which have been brought to light in this publication, has made an expedition to Mondariz to

253

Buvette

Parte de estos hallazgos se depositaron en el museo etnográfico-arqueológico creado por los Peinador en su propiedad de Pías en 1904. Las publicaciones del balneario relacionan este museo con el altruismo de los Peinador que, con este tipo de proyectos, contribuían no sólo al desarrollo económico de la comarca sino también a su desarrollo cultural: "...sólo juzgarán cumplida su altruista ambición, cuando la comarca que ya les debe una bien visible prosperidad, les deba también un considerable avance en la vías de la cultura. A eso ha obedecido en el orden histórico y etnográfico la fundación del Museo regional". Evidentemente, la creación del museo no sólo respondía a las intenciones culturales de los propietarios, también cumplía una función práctica al proponer una nueva actividad de ocio para una clientela mayoritariamente de clase alta y, por lo tanto, culta. No obstante, la iniciativa es bastante atípica y más relevante de lo que pueda parecer, ya que se trata del primer museo etnográfico creado en Galicia, donde había una demanda de creación de museos de todo tipo y, especialmente, de uno dedicado a la etnografía. En 1924, Antón Villar Ponte publica en el periódico *El Sol* de Madrid un artículo que destaca la labor pionera y la excepcionalidad del museo de los Peinador: "Algunos pensamos, de acuerdo con lo propuesto años atrás por el arquitecto Antonio Palacios, que en Galicia son precisos tres museos: uno de arte moderno, en La Coruña; otro, de arqueología y arte antiguo en Santiago, y otro, de artes industriales y de industrias artísticas, en Vigo [...]. Pero, esto aparte, creemos que lo más esencial para Galicia sería intentar, antes que nada –o, por lo menos, de modo simultáneo con lo otro– la creación de un museo etnográfico, que desde hace tiempo vienen pidién-

learn about whatever is noteworthy in that lovely district." The excavations launched by Enrique Peinador in the stone for Troña were continued between 1927 and 1930 by Luis Pericot, a professor at the University of Valencia, who was named Peinador's director delegate, and Florentino López Cuevillas, head of the Prehistory section of the Galician Studies Seminary. During the excavations they both resided at the spa. The iron-age settlement at Troña is one of the sites that supplied the most information about the prehistory of the northwest of the Iberian Peninsula. The walled fort surrounded by a deep moat contained more than 30 buildings of several shapes (square, elliptical, circular, etc.) and was rich in artefacts. Enrique Peinador, Isidro Parga and the chairman of the tourist board, Vicente Riestra, who was co-owner of the Gran Hotel since the death of his father-in-law Ramón Peinador Vela, worked alongside Pericot and Cuevillas to classify the objects found at the dig. Luis Pericot and Isidro Parga wrote a series of articles for *La Temporada* about their discoveries at the site, and sent a full report to the regional government in 1931.

Some of the artefacts were placed in the custody of the ethnographic/archaeological museum set up by the Peinadors on their Pías estate in 1904. The spa's publications related this museum to the Peinador family's altruism, since their sponsorship of this type of project contributed not only to the economic development of the district but also to its cultural development: "They will consider their altruistic ambition

254

Buvette

do conterráneos tan autorizados como el arqueólogo Maciñeira, e ingeniero del Cueto y el profesor Risco. Siendo el nuestro un país de tradiciones, costumbres y usos tan originales, es inconcebible que no cuente aún con un verdadero museo de tal categoría. Fuera de lo que Enrique Peinador ha hecho por su sólo esfuerzo individual, merecedor de los supremos galeatos, en el poético rincón de Pías, Mondariz, nada se ha intentado a este respecto". El mismo interés por la investigación sobre el folklore llevó a los Peinador a apoyar el desarrollo de la música popular. Junto a la aparición de las primeras sociedades musicales en este siglo, se despierta el interés por las manifestaciones de la música tradicional. El farmacéutico Perfecto Feijoo, llamado "el gaitero de Lérez", fue pionero en la tarea de recoger cantos gallegos, además de fundador y director del primer grupo coral gallego, "Aires da Terra" (1883), modelo para los que se fundan en los años posteriores. Los Peinador, conocedores y admiradores de la labor de Feijoo, contribuyen al conocimiento y difusión de la música popular gallega a través de los artículos sobre música e instrumentos tradicionales publicados en *La Temporada* y *Mondariz*, de su labor de colección y exposición de instrumentos en el museo de Pías, y con la creación de formaciones musicales difusoras del folklore regional. Enrique Peinador Vela exigía al cuarteto del balneario que incluyese en su repertorio muestras de la música regional y en 1915, con la colaboración de José Ibarra, pianista y director del cuarteto, y del tipógrafo Oscar Serantes, crea la Banda "Chan da Gándara", formada por 35 obreros y niños del establecimiento, el coro "Agarimos da Terra" y un grupo de gaiteros compuestos por el personal empleado en el establecimiento.

to have been fulfilled only when the district, which is already indebted to them for its manifest prosperity, is also indebted for a considerable advance in the ways of culture. In the historical and ethnographic realm, the foundation of the regional museum is explained by this impulse." Obviously cultural advancement was not the owners' sole motivation in creating the museum, since it also had a practical side as a new attraction for the spa's largely high-born and well-educated clientele. Even so, it was an unusual achievement, and more important than it might seem, for it was the first ethnographic museum to be established in Galicia, where museums in general were in short supply, and ethnographic ones in particular. In 1924, Antón Villar Ponte wrote a piece for the Madrid daily *El Sol* that praised the Peinadors' pioneering museum: "Some of us believe, in agreement with the proposals made some years ago by the architect Antonio Palacios, that three museums are necessary: one of modern art, in La Coruña; another of archaeology and ancient art in Santiago, and another of industrial arts and artistic industries in Vigo [...]. But, aside from these, we think that the most essential thing for Galicia would be to try, before anything else, or at least simultaneously with these others, to create an ethnographic museum, which such highly qualified local citizens as the archaeologist Maciñeira, the engineer Del Cueto and the professor Risco have been calling for. Since our land has such original traditions, customs, and features, it is inconceivable that it should still lack such a museum. Aside

255

Buvette

Con este tipo de iniciativas, los Peinador no sólo formalizaron su compromiso con las reivindicaciones de la intelectualidad de la época, sino que articulan la identidad de Mondariz a través de la memoria y la cultura que, dado el momento histórico en que se desarrolla, estará inevitablemente ligada al galleguismo. Las actividades e iniciativas culturales del balneario inciden de manera cada vez más acusada en la afirmación de la identidad gallega como algo que forma parte de su propia existencia. Esta implicación seguramente no sólo estaba determinada por la personalidad de los Peinador. La sería competencia que supondrá el balneario de La Toja como espacio cosmopolita en la segunda década del siglo XX, incentiva la imagen galleguista de Mondariz. Así, mientras La Toja era conocida como la “Lourdes de Galicia”, Mondariz será la “Compostela de los enfermos”. Como señalara Victoriano García Martí, su diferente “tono y espíritu” era generalmente reconocido frente al otro gran balneario gallego. Al implicarse en el ambiente cultural y político gallego, y erigirse como centro de cultura y civilización, Mondariz desarrolla sus signos de identidad, se muestra no sólo una imagen de marca, sino como una población que desea consolidarse. Cuando el balneario alcanza el suficiente grado desarrollo, da el último paso para convertirse en una villa termal completamente autónoma: la creación de su propio municipio. Llegados a este punto, excedido el estatus de empresa del ocio, el balneario construirá una tradición que legitime su nuevo estatus de núcleo poblacional.

from the one that Enrique Peinador made with his own individual efforts, which warrants the highest praise, on the poetic site of Pías, Mondariz, nothing has been attempted in this realm”.

It was this same interest in research into folklore that led the Peinadors to sponsor the development of folk music. As the first musical societies appeared, interest was awakened in the traditional music. The pharmacist Perfecto Feijoo, also known as “the piper of Lérez”, was a pioneering collector of traditional Galician songs, and he also founded and directed the first Galician choral group, “Aires da Terra”, in 1883, which was a model for the many others that followed. The Peinador brothers, who admired Feijoo’s work, helped to publicise it through articles about traditional music and instruments published in *La Temporada* and *Mondariz*, the collection of instruments displayed at the Pías museum, and the sponsorship of folk music groups. Enrique Peinador Vela insisted that that quartet playing at the spa included regional music in its repertoire, and in 1915, in collaboration with José Ibarra, pianist and director of the quartet, and the typographer Oscar Serantes, he founded the “Chan da Gándara” band, whose 35 members were all employees of the spa and their children, along with the choir “Agarimos da Terra”, and a group of bagpipers.



With such initiatives the Peinadors did not only materialise their commitments to the intellectual concerns of the day, but they also helped express the identity of Mondariz via historical memory and culture, in a period when such pursuits were inevitably linked to Galician nationalism. The spa’s cultural activities and initiatives played an increasing role in the affirmation of the Galician identity as a part of its own existence. This was certainly not solely attributable to the personalities of the Peinador brothers. The strong competition exerted by the cosmopolitan La Toja spa on the Pontevedra coast starting in the second decade of the 20th century provided a further incentive to stress the Galician national image of Mondariz. While La Toja became known as “the Lourdes of Galicia”, Mondariz was to be nicknamed the “Compostela of the sick”. The writer Victoriano García Martí noted that its unique “tone and spirit” distinguished it from that other great Galician watering hole. Through its involvement in Galician culture and politics, and promoting itself as a focus of culture and civilisation, Mondariz forged its own identity, and not just as a brand, but as a town with a mission. When the spa complex had grown large enough, the area was incorporated as an autonomous municipality. When this occurred, and it was not longer a mere resort, the Mondariz spa would build a tradition that would legitimise its new status as a town.

EL TEREFALATO DE POLIETILENO, MEJOR CONOCIDO COMO PET, FUE PATENTADO COMO UN POLÍMERO PARA FIBRA POR J. R. WHINFIELD Y J. T. DICKSON EN 1941. EL PET ES EL MATERIAL MÁS USADO EN LA ACTUALIDAD EN EL ENVASADO DE AGUAS, ACEITES Y REFRESCOS. SE CARACTERIZA POR SU RESISTENCIA MECÁNICA, SU ELASTICIDAD, SU BRILLO, SU TRANSPARENCIA Y SU ESCASA PERMEABILIDAD A AGENTES EXTERNOS. LA TOTAL RECICLABILIDAD DEL PET, EL REDUCIDO PESO QUE CONFIERE A LOS ENVASES Y LA AUSENCIA DE EMISIONES CONTAMINANTES AL SER INCINERADO HACEN QUE SEA CONSIDERADO COMO UNO DE LOS MATERIALES MÁS ADECUADOS PARA LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE. EL CARÁCTER NATURAL DE MONDARIZ NO ESTARÍA BIEN TRANSMITIDO SI SU PROCESO DE ENVASADO NO RESPETA SE LOS VALORES Y LAS SENSIBILIDADES DEL ENTORNO EN EL QUE BROTA. MONDARIZ FUE LA PRIMERA EMPRESA ESPAÑOLA DEL SECTOR EN CAMBIAR SUS ENVASES DE PVC A PET, QUE APORTA LAS CARACTERÍSTICAS NECESARIAS PARA MANTENER INTACTAS LAS PROPIEDADES DEL AGUA DENTRO DEL RESPETO A LOS VALORES DEL ENTORNO. PROYECTOS COMO MONDARIZ VERDE NOS POSICIONAN A LA VANGUARDIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y APORTAN UN VALOR AÑADIDO AL PRODUCTO QUE COMERCIALIZAMOS.

BLUE PET • BLUE PET

POLYETHYLENE TEREPHTHALATE, BETTER KNOWN AS PET, WAS ORIGINALLY PATENTED AS A POLYMER FOR TEXTILES BY J. R. WHINFIELD AND J. T. DICKSON IN 1941. PET IS NOW THE MOST WIDELY-USED MATERIAL FOR BOTTLING WATER, SOFT DRINKS, AND VEGETABLE OILS. IT IS STRONG, ELASTIC, SHINY, TRANSPARENT, HIGHLY IMPERMEABLE TO EXTERNAL AGENTS, LIGHT IN WEIGHT, AND COMPLETELY RECYCLABLE –AND EVEN WHEN BURNED IT EMITS NO HARMFUL SUBSTANCES. THE USE OF SUCH AN ENVIRONMENTALLY-FRIENDLY MATERIAL IS FULLY IN KEEPING WITH THE NATURE OF MONDARIZ WATER, AND AGUAS DE MONDARIZ WAS THE FIRST MINERAL WATER COMPANY SPAIN TO SWITCH FROM PVC BOTTLES TO PET, WHICH IS ALSO SUPERIOR IN PRESERVING THE PROPERTIES OF THE WATER.



En los inicios, el balneario de Mondariz necesita asentar su imagen, por esta razón, al igual que los principales balnearios europeos publican listas de agüistas y sus propias guías informativas sobre sus aguas, servicios e instalaciones, Mondariz difunde su imagen a través de la prensa y de la publicidad y, sobre todo, de sus propias publicaciones.

De la imprenta del balneario salía todos los domingos desde 1889, durante los meses de temporada, un semanario titulado precisamente así, *La Temporada (en Mondariz)*, que se repartía gratuitamente a los agüistas. A lo largo de los años *La Temporada* se convertirá en una publicación comprometida, sobre todo en la última etapa del balneario en la que, además de gloriar las “suaves palpitaciones de la apacible vida balnearia” y potenciar el turismo, el papel del semanario consistía en “exaltar cuanto habla en honor y gloria de la Tierra [...] paisaje y monumentos del nativo solar, dedicando preferente atención a los estudios etnográficos e históricos”. Como señalaba la propia editorial: “En sus columnas de preferencia suelen ver la luz notables trabajos científicos, administrativos y literarios, formados por estadistas, catedráticos, escritores y poetas que así de España como de Portugal acuden en busca de alivio y de reposo”. A lo largo de su existencia, *La Temporada* contó con excelentes colaboraciones, entre ellos destaca el historiador Manuel Murguía, principal reactivador de la cultura gallega a finales del siglo XIX, cuya firma fue habitual en la primera etapa del semanario. Junto a Murguía destaca el número de artículos firmados por Alfredo Vicenti, uno de los

IMAGEN PUBLICITARIA DE MONDARIZ (1873-1931) MONDARIZ ADVERTISING IMAGE (1873-1931)

At its inception, the Mondariz spa needed to establish an image, and so, like other European spas, it published lists of clients, and handbooks containing information about the medicinal waters, the services, and the installations, thus conveying an image primarily through its own publications, but also through items in the press, and paid advertising.

The spa had its own print shop which, from 1889 onwards, printed a weekly magazine called *La Temporada (en Mondariz)*, which was issued every Sunday in the summer months, and given free to guests. Over time *La Temporada* took on a more political voice, and in addition to its comments on the “gentle pace of peaceful spa life” and its promotion of tourism, the magazine also began to “extol the honour and glory” of Galicia, and “the landscapes and monuments of the native land, preferential treatment being given to ethnographic and historical studies”. The same editorial column noted that “In its regular sections notable scientific, administrative, and literary works are usually published, composed by statisticians, professors, writers and poets who come from all over Spain and Portugal to find relief and repose”. Throughout its life, *La Temporada* enjoyed the services of excellent contributors, including Manuel Murguía, the principal promoter of Galician culture at the end of the 19th century, whose work often appeared in early issues of *La Temporada*. Another frequent contributor was Alfredo Vicenti, one the most famous journalists of 19th-C. Spain, and the writer Ramón

260

Buvette

periodistas más célebres en la España finisecular, y por el escritor Ramón Cabanillas, quien marcará la que se podría denominar segunda etapa de *La Temporada*, iniciada en 1922 bajo su dirección. Además de los numerosos artículos de especialistas en hidrología y catedráticos en medicina, tanto españoles como portugueses, cabe mencionar las colaboraciones de otros escritores y periodistas, entre los que destacan Carlos Arniches, Emilia Pardo Bazán, Gonzalo López-Abente, Antón Noriega Varela, Ramón Otero Pedrayo, Eduardo Pondal, Antonio Rey Soto, Vicente Risco, Jaime Solá o Francisco Camba “El Hidalgo de Tor” (hermano de Julio Camba), entre otros muchos. A las colaboraciones puntuales de políticos como el líder agrarista Basilio Álvarez, Emilio Castelar, y Juan Armada, marqués de Figueroa, se suman las de diversos profesionales, mayoritariamente gallegos, pero de gran relevancia social y profesional dentro o fuera de la región: los arquitectos Antonio Palacios y Faustino Domínguez, el escultor Francisco Asorey, el pianista Varela Silvari, el filósofo Victoriano García Martí, historiadores como Marcelo Macías, P. Constanti, arqueólogos como Jesús Carro, Federico Maciñeira Pardo, Luis Pericot e Isidro Parga Pondal (como directores de las excavaciones arqueológicas en los alrededores de Mondariz).

Además de algunos pequeños folletos publicitarios –“Aguas bicarbonatado-sódicas de Mondariz. Fuentes de Gándara las más alcalinas de España” (1879)–, y de la edición puntual de *La Temporada*, los propietarios del balneario amplían los soportes dedicados a la difusión del establecimiento. La publicación de las guías balnearias tiene un precedente en los álbumes des-

Cabanillas, who set the tone for what might be termed the second phase of the weekly magazine, when he became its editor in 1922. There were numerous articles by Spanish and Portuguese experts in hydrology and professors of medicine, and many outstanding writers and journalists also wrote for the magazine, such as Carlos Arniches, Emilia Pardo Bazán, Gonzalo López-Abente, Antón Noriega Varela, Ramón Otero Pedrayo, Eduardo Pondal, Antonio Rey Soto, Vicente Risco, Jaime Solá and Francisco Camba “El Hidalgo de Tor” (brother of Julio Camba) and many others. Occasional contributors included the agrarian reform leader Basilio Álvarez, Emilio Castelar, and Juan Armada (the Marques of Figueroa), and experts in many fields, mostly Galicians, but all of great social and professional standing both in Galicia and beyond: the architects Antonio Palacios and Faustino Domínguez; the sculptor Francisco Asorey; the pianist Varela Silvari; the philosopher Victoriano García Martí; historians such as Marcelo Macías and P. Constanti; archaeologists like Jesús Carro, Federico Maciñeira Pardo, Luis Pericot, and Isidro Parga Pondal (the last two being directors of the archaeological excavations near Mondariz).

In addition to *La Temporada* and small advertising brochures praising the *Aguas bicarbonatado-sódicas de Mondariz. Fuentes de Gándara las más alcalinas de España* [Sodium-bicarbonate waters of Mondariz. Gándara fountains, the most alkaline in Spain]

261

Buvette

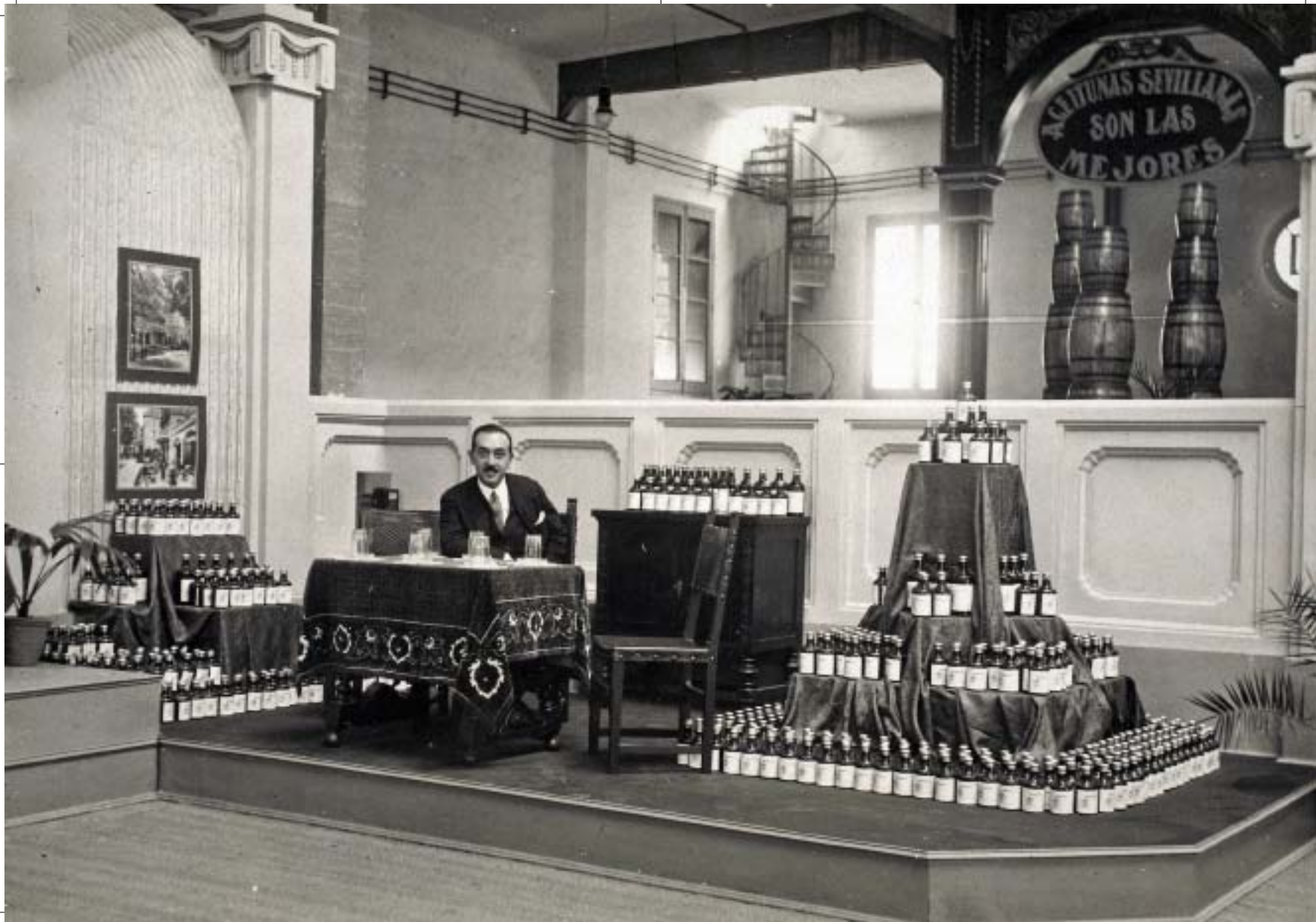
MONDARÍZ



F. Mateu — Paz, S. — Madrid.







BONIFICADORA



PROPIEDAD DE LOS HIJOS
DE DINADOR

1916

19-2

MONDARIZ



MONDARIZ

criptivos publicados a finales del siglo XVIII, pero eran de gran formato y poco manejables. A principios del XIX aparecen algunas obras, redactadas en ocasiones por médicos, de manejo más cómodo, y en la segunda mitad de siglo, la célebre editorial francesa *Hachette* publica una serie de itinerarios-guías dentro de la colección “*Bibliothèque des chemins de fer*”, algunas de ellas dedicadas a las principales *villes d’eaux*, pronto publicadas en edición de bolsillo. El éxito de esta iniciativa impulsó la publicación de numerosas guías, generalmente muy bien hechas e ilustradas por artistas más o menos célebres y que hoy constituyen una fuente preciosa para la historia del termalismo. Los Peinador publican en 1899, publican un Álbum-Guía titulado “*Las aguas de Mondariz para obsequiar a sus amigos, a la prensa nacional y extranjera, y a los favorecedores del Establecimiento minero-medicinal*”, en la línea de otras publicaciones europeas del mismo género. Este Álbum es una lujosa publicación, impresa en el establecimiento tipográfico “Sucesores de Rivadeneyra” (impresores de la Real Casa) de Madrid, con edición a cargo Alfredo Vicenti. La cubierta modernista y la contraportada son de José Arija y la portadilla es una composición de vistas del establecimiento y alrededores del joven pintor Ovidio Murguía, hijo de Manuel Murguía y de la escritora Rosalía de Castro. La guía contenía mapas con el trazado de la red de carreteras y ferrocarriles españoles, así como planos, ilustraciones y fotografías del establecimiento y alrededores, tomadas por un representante del fotógrafo Manuel Compañy en 1898 para el Álbum y para una exposición del fotógrafo en Madrid. Además del propio Vicenti, colaboraron en la publicación: Vital Aza, Echegaray, Emilio Castelar, Celso García de la Riega, Antonio

(1879), the proprietors also promoted the business by advertising in guidebooks to European spas. After the descriptive geographical albums that were published at the end of the 18th century, which were large and clumsy to handle, more manageable guidebooks appeared at the beginning of the 19th century, some of them written by physicians. In the second half of the century, the famous French publishing house Hachette published a series of travel guidebooks as part of its *Bibliothèque des chemins de fer* [Railroad Library] collection, and some of these focused on the main *villes d’eaux* (spas), and were soon published in paperback editions. The success of this venture led to the publication of numerous guidebooks, generally very well done and illustrated by well-known artists, and which today constitute a rich source of information about the early days of the spa movement. In 1899 the Peinador brothers published an album-guidebook called *Las aguas de Mondariz* [“The waters of Mondariz”] “to give to their friends, to the Spanish and international press, and to enthusiasts of the mineral-medicinal establishment”, which was in line with other European publications of the same sort. This album was issued in a luxury edition, printed by the Sucesores de Rivadeneyra print shop (printers to the Royal Household) in Madrid, and edited by Alfredo Vicenti. The modernist cover and back cover were by José Arija, and the frontispiece, a composition of views of the spa and its surroundings, was by the young artist, Ovidio Murguía, son of Manuel Murguía and the writer Rosalía de Castro. The guidebook contained

272

Buvette

Buvette

Grilo, Gaspar Núñez de Arce, Emilia Pardo Bazán, Isaac Peral, y el portugués duque de Loulé –biznieto de Carlos IV y nieto de Juan IV, descendiente por línea directa de las casas de Borbón y de Bragança– entre otros. El Álbum-Guía comienza con una amplia descripción del Gran Hotel, recién inaugurado, e información diversa acerca de los servicios del establecimiento, así como de las vías de llegada a Mondariz y las principales características de los alrededores, además incluye varios artículos de carácter científico sobre las aguas y algunas de las citas del Álbum de Honor del establecimiento que recogen las impresiones personales sobre Galicia y el establecimiento de algunos de sus más ilustres agüistas.

En la contraportada de esta guía aparece lo que será el emblema o marca del balneario: el grabado de Arija formado por la botella de aguas de Mondariz tejida con la H y la P de “Hijos de Peinador” y rodeada con la leyenda: “Aguas de Mondariz” con la misma tipografía modernista. Como en toda tradición inventada, Mondariz crea sus signos identitarios. Este motivo aparece en varios edificios del establecimiento (la fuente de Gándara y el quiosco de la música), se estampará en las etiquetas de las botellas de agua, se utiliza como timbre en los documentos del establecimiento y folletos publicitarios, y adorna los stands promocionales de las aguas en exposiciones nacionales e internacionales.

Un año después, en 1900, publican un nuevo álbum titulado *Aguas bicarbonatado-sódicas de Mondariz propiedad de los Sres. Hijos de Peinador*, impresa en *Hauser y Menet* (Madrid), donde se señala: “Está tan reconocida la eficacia medicinal del agua de Mondariz (fuentes de Gándara y Tron-

maps showing the Spanish road and railway routes, as well as maps, illustrations and photographs of the spa and its surroundings. The photographs were made by a representative of the photographer Manuel Compañy in 1898 for the album and for an exhibition of the photographer’s work in Madrid. As well as Vicenti himself, contributors included Vital Aza, Echegaray, Emilio Castelar, Celso García de la Riega, Antonio Grilo, Gaspar Núñez de Arce, Emilia Pardo Bazán, Isaac Peral, and the Portuguese Duke of Loulé –great-grandson of Carlos IV and grandson of João IV, direct descendent of the Houses of Bourbon and Braganza– among others. The album-guide begins with an extensive description of the recently-opened grand hotel, information about the establishment’s services, directions for reaching Mondariz, and the main features of the surrounding countryside. It also includes several articles of a scientific nature dealing with the waters, and some of the comments written in the spa’s guest book, which contained the personal impressions of some of the most illustrious visitors.

On the back cover of there guidebook appears what was to become the emblem or label of the spa: Arija’s engraving showing a bottle of Mondariz water with the letters H and P, standing for *Hijos de Peinador* [Sons of Peinador] encircled by the inscription: “Aguas de Mondariz” (Mondariz waters) in the same modernist type. As with every invented tradition, Mondariz created its own trademark, and this motif appeared on several of the spa buildings (the Gándara fountain and the bandstand), it was printed on

273

coso), y es ya tan extraordinario el número de personas que todos los años concurren á buscar en ellas la curación o el alivio de los dolorosos padecimientos, que los propietarios han tenido necesidad de realizar grandes obras para atender á las comodidades de la concurrencia. Á dar noticia exacta de ello se encamina el presente álbum". Esta publicación, más austera que el Álbum de 1899, a pesar de incluir magníficas fotografías del balneario, ofrece una información exhaustiva de las instalaciones y servicios del establecimiento, así como de las propiedades de las aguas, el tipo de tratamientos del departamento hidroterápico y las curiosidades de los alrededores del establecimiento.

En 1906, coincidiendo con el XV Congreso Internacional de Medicina celebrado en Lisboa, se publica un nuevo Álbum monográfico de lujo en la madrileña imprenta de "Sucesores de Rivadeneyra" que será traducido al inglés y al francés. El académico de Bellas Artes, Antonio Garrido, dirige la parte artística y gráfica. La portada es un grabado de estética modernista realizado por el pintor y dibujante Manuel Alcázar, colaborador de revistas como la *Ilustración Española y Americana*, al igual que otro de los ilustradores del Álbum, Tomás Campuzano y Aguirre, pintor paisajista del que se publican tres acuarelas del balneario. El álbum ofrece una descripción minuciosa del establecimiento y de las principales localidades de Galicia, con indicaciones y reproducciones de sus monumentos, firmada por Alfredo Vicenti, en la que no faltan los tópicos del romanticismo de finales de siglo XIX: desde el tipo de paisaje que prevalece en las descripciones (ruinas, montaña, lagos) hasta la inclusión de leyendas locales o la alu-

the bottled water labels, it was used in the stamp that appeared on documents and advertising brochures, it adorned the spa's promotional stands at national and international exhibitions.

One year later, in 1906, a new album was published titled *Aguas bicarbonatado-sódicas de Mondariz propiedad de los Sres. Hijos de Peinador*, printed in Madrid by Hauser y Menet. The authors of this edition wrote that "the medicinal benefits of the Mondariz waters (the Gándara and Troncoso fountains) are so well known and so many people flock to them in their search for a cure or some relief from their painful ailments, that the proprietors have had to carry out extensive work in order to be able to attend to the comfort of these people. This album aims to provide information about this work". This publication, more austere than the Album of 1899, notwithstanding its magnificent photographs of the spa, provided exhaustive information on the spa's installations and services, along with the properties of the waters, the type of treatments available in the hydrotherapy department, and the charms of the surrounding countryside.

In 1906, coinciding with the fifteenth International Medical Conference held in Lisbon, a special edition of the Album was published. Printed by Sucesores de Rivadeneyra print shop in Madrid, with versions in French and English, to be distributed to people attending the conference. The professor of fine arts Antonio Garrido was in charge of the art and graphic design. The title page displays a modernist engraving made by

274

Buvette

Buvette

sión al carácter de los lugareños; además de un estudio sobre las aguas del catedrático de química de la Universidad de Madrid, el Dr. Carracido (profesor de Química Biológica de la Universidad de Madrid); y una página ilustrada dedicada al poeta Luiz de Camões, ya que el Álbum se hizo para obsequiar a los asistentes al Congreso en Lisboa, donde la prensa lo valora como "un medio de propaganda, verdadeiramente yankee, dispendioso, e arrojado". La escritora inglesa Rachel Chalice—fundadora del *Spanish Information* bureau y miembro del "Lyceum Club" de Londres y de la Asociación de la Prensa—, asidua del balneario desde 1907, se ocupa de su edición inglesa, que se publica en Londres por M. Bradbury, Agnew & Co en el verano de 1908. La prensa inglesa publica reseñas del Álbum al mismo tiempo que divulga el "Gran Premio" conseguido por las aguas de Mondariz en la Exposición de Higiene celebrada en Londres en noviembre de ese mismo año.

Con motivo de la creación de la Asociación para Fomento el Turismo y los viajes de la Booth Line, en 1912 se publica una amplia guía titulada *Mondariz, Vigo, Santiago. Guía del turista*, inmediatamente traducida al inglés. Sigue el ejemplo del Baedeker, paradigma de este tipo de publicaciones, y corrige algunos de los errores que aparecen en las escasas cuatro páginas que la célebre guía dedicaba a Galicia. Entre sus autores, además del propio Enrique Peinador Lines, estaban Alfredo Vicenti, la condesa Pardo Bazán, Manuel Murguía, Celso García de la Riega, y Casto Sampedro. Remitido un ejemplar a la Junta facultativa de Archivos, Bibliotecas y Museos, ésta emite el siguiente informe: "La Junta facultativa de Archivos, Bibliotecas y Museos, re-

the artist and draughtsman Manuel Alcázar, who also made some of the album's black and white illustrations. Manuel Alcázar contributed to such magazines as the *Ilustración Española y Americana*, as did another of the album's illustrators, Tomás Campuzano y Aguirre, a landscape painter who contributed three watercolours of the spa. The album supplies detailed descriptions by Alfredo Vicenti of the establishment and the most important sites to visit in Galicia, with directions, and engravings of their monuments, evoked the Romantic aspects—ruins, mountains, lakes, legends, and local characters. There was also and a report on the waters by Dr. Carracido, a professor of chemical biology at the University of Madrid, and an illustrated page dedicated to the Portuguese poet Luiz de Camões. The album was hailed by the press as "a truly Yankee advertising tool, lavish and daring". The English writer Rachel Chalice, founder of the Spanish Information Bureau, member of the Lyceum Club in London and the Press Association, and a regular visitor to the spa since 1907, was in charge of the English edition, published in London by M. Bradbury, Agnew & Co in the summer of 1908. The English press carried reviews of the album while along with the news that the Mondariz waters had won the grand prize at the Hygiene Exposition held in London in November of that year.

On the occasion of the creation of the Association to Promote Tourism and Travel by the Booth Line, in 1912 an extensive guidebook was published entitled *Mondariz, Vigo, San-*

275

querida anteriormente por V.E. para tratar sobre el libro objeto de este informe, acordó en sesión que celebró el día 5 del mes de diciembre informarle favorablemente respecto de la adquisición de ejemplares por el Estado, considerando la citada publicación de utilidad y necesidad en las Bibliotecas públicas. La Guía del turista forma un lujoso y cómodo volumen de unas doscientas páginas, encuadernado en tela estampada en oro, con registros de seda. La interesante obra que se ofrece modestamente bajo el título de *Guía del Turista*, constituye un ameno y meritisimo estudio de todo lo concerniente a la Geografía, Historia, Arqueología, Música, Literatura, Arte, Indumentaria, tradición y costumbres típicas de la maravillosa provincia de Pontevedra y de una pequeña parte de las lindantes de La Coruña y de Orense, pintoresca y admirable región. [...] Patente pues en esta obra el mérito relevante a que alude el apartado tercero del Real decreto de 23 de junio del año 1899, la Academia considera útil y conveniente su vulgarización, la cual conseguiríase adquiriendo el Estado los ejemplares que juzgue necesarios para ser distribuidos entre las Bibliotecas públicas, los Centros de Enseñanza y en otras entidades análogas”.

A estas guías que, a lo largo de los años, contribuirán a crear la identidad y la imagen del balneario de Mondariz, se suman otras publicaciones destinadas tanto a la promoción del establecimiento balneario como al fomento de la cultura gallega. En mayo de 1915 aparece la revista mensual ilustrada *Mondariz*, suplemento a *La Temporada*, publicada, como ya era habitual, en la imprenta de los Sucesores de Rivadeneyra en Madrid. La revis-

tiago. *Guía del turista*, which was immediately translated into English. It followed the example of Baedeker, paradigm of this type of publication, and corrected some of the errors that had appeared in the scant four pages that the famous guidebook had dedicated to Galicia. Among the contributors to the Spanish edition, apart from Enrique Peinador Lines himself, was Alfredo Vicenti, Emilia Pardo Bazán, Manuel Murguía, Celso García de la Riega, and Casto Sampedro. A copy was sent to the Archives, Libraries, and Museums Board in Madrid, which issued the following report: “The Board, asked to comment on the book cited in this report, agreed at its 5th December meeting to report favourably regarding the acquisition of copies by the state, considering the aforementioned publication to be of public interest and needed at public libraries. The *Tourist Guide* is a luxurious and handy volume of approximately 200 pages, cloth bound and tooled in gold and silk. The interesting work modestly presented under the title *Tourist Guide* is a readable and meritorious study of everything to do with the history, geography, archaeology, music, literature, art, dress, traditions and typical customs of the marvellous province of Pontevedra and a small part of the adjoining ones of La Coruña and Orense, a picturesque and admirable region [...] Thus this book is clearly worthy under the third section of the Royal Decree of 23rd June of 1899, and the Academy finds it useful and suitable for dissemination, via the acquisition by the State of the number of copies judged necessary for distribution to public libraries, schools, and similar institutions”.

276

Buvette

ta nace a iniciativa de Enrique Peinador Vela, según la revista *Nós*, como un nuevo “acto de afirmación galeguista” que, haciendo propaganda de las cosas y problemas de Galicia, demostraba cómo la personalidad de su pueblo se acusaba en su capacidad de creación espiritual. La primera página de la publicación resumía así su propósito: “Podíamos condensar en una sola frase los móviles que nos guían para dar a la estampa la obra cuya primer fascículo llega ahora a vosotros, lectores. Con decir que queremos hacer patria, saldriamos del paso”. Si bien en las páginas siguientes son más precisos: “Mirando hacia la atracción de turistas a Galicia se ideó y fue pergeñado este libro”. Efectivamente, la asentada fama del balneario, su extraordinario crecimiento y su privilegiada situación, convertiría a Mondariz en el “centro del turismo gallego” y la revista era la herramienta perfecta para difundir esa idea. Su diseño era muy similar a la de la revista *Galicia Moderna* (1897) nacida a finales del XIX, una de las mejores publicaciones gráficas hasta la aparición de *Vida Gallega*. *Mondariz* se compone de artículos acerca de Galicia y sus monumentos, así como otros muchos acerca del balneario de Mondariz, dando prioridad a los temas habituales en las publicaciones periódicas de carácter cultural en Galicia entonces. En la primera página de cada número se enumeran los contenidos principales de la revista: “Lengua Gallega; La Raza y sus Caracteres; Música; Usos y Costumbres; Paisaje, Clima, Tipos, Tradiciones de la Provincia de Pontevedra”. Aunque en este índice no se hace mención a la hidrología, entre 1915 y 1916 incluía una sección fija titulada “Opinión y biografía médicas”, cuyos artículos son recopilados en la publicación *Álbum de Emi-*

Along with these guidebooks which, over the years, contributed to the creation of the identity and the image of the Mondariz spa, other publications were issued to advertising the spa and promote Galician culture. In May, 1915, the monthly illustrated magazine *Mondariz* appeared, initially as a supplement to *La Temporada*, and was also printed at the Sucesores de Rivadeneyra print shop in Madrid. According to an article in the magazine *Nós*, the new publication had been conceived by Enrique Peinador Vela as a new “act of Galician affirmation” which, by addressing Galician issues and problems, showed how the personality of its people shone through in their capacity for spiritual creation. The first page of the publication summed up its purpose thus: “We could condense in a single sentence the motives that guided us to publish the work whose first instalment has now reached you, the readers. By saying that our desire is to build up the fatherland, we say it all”. In a follow page the purpose is expressed in more specific terms: “It was with the aim of attracting tourists to Galicia that this magazine was conceived and drafted”. Indeed, the well-established fame of the spa, its extraordinary growth, and its privileged location, made Mondariz the “centre of Galician tourism”, and the magazine was the ideal means for publicising that idea. Its design was very similar to that of the magazine *Galicia Moderna* (1897) which first appeared at the end of the 19th century, and was the region’s leading illustrated publication until *Vida Gallega* appeared. *Mondariz* featured articles about Galicia and its monuments, and many

277

Buvette

nencias Médicas Hispano-Latinas que se regala a los suscriptores con el número de febrero en 1917. Desde 1920, se adjunta en su interior "La Hoja Hidrológica", a modo de separata, dirigida desde Madrid por el catedrático de Hidrología, Hipólito Rodríguez Pinilla. La revista dejó de ser mensual en 1917, para salir cada tres o cuatro meses, hasta que el 20 de julio de 1922 se publica el último número.

A partir de los años veinte, a la publicidad escrita se une la creación de una imagen publicitaria de "Aguas de Mondariz" a través de carteles que aparecen en varias publicaciones periódicas y en espacios urbanos, como el metro de Madrid donde un mural de azulejos firmado por "Maga" representaba la característica etiqueta de las botellas. La revista *Nós*, que incorpora publicidad del balneario desde el primer número en 1920 hasta 1931, divulga algunas de estas imágenes: el dibujo de Castelao del hombre arrodillado sujetando la botella de agua de Mondariz en alto aparece hasta agosto de 1922, cuando se sustituye por un diseño del pintor Cándido Fernández Mazas, en 1925 publican la imagen de la joven vestida con el traje regional, y en 1929 le sucede la imagen que ha perdurado hasta hoy. La protagonista de todas estas imágenes es la célebre botella que mantuvo su austero diseño durante muchos años: de cristal verde oscuro con una etiqueta que, en palabras de Alfredo Vicenti "seduce por lo serio y sencillo" y "encarnan las ideas, puestas siempre en práctica de los señores Peinador, de fiar mas en la positiva eficacia de las aguas que en presentaciones relumbrantes y en los ruidos, siempre efímeros, de la propaganda a gritos".

others about the Mondariz spa, giving priority to the usual topics in Galician cultural periodicals of the time. On the first page of each issue was the magazine's table of contents: "Galician language; the Race and its Traits; Music; Uses and Customs; Landscape, Climate, Characters, and Traditions of the Province of Pontevedra". Although in this index no mention was made of hydrology, between 1915 and 1916 the publication included a regular section called "Medical Opinion and Biography", whose articles were compiled in the publication *Album de Eminencias Médicas Hispano-Latinas* which was given to subscribers with the February, 1917 issue. From 1920, the "La Hoja Hidrológica" ["The Hydrological Page"] was inserted in the magazine as an offprint. It was produced in Madrid by professor of hydrology Hipólito Rodríguez Pinilla. The magazine ceased monthly publication in 1917, and only three or four issues were published each year until it closed after the issue of July, 1922.

In the 1920s, the Mondariz spa began to advertise in popular Spanish newspapers and magazines and on billboards and other supports in public spaces, such as the mural made of ceramic tiles, and signed by "Maga", showing the label used on bottled Mondariz water. The Galician magazine *Nós*, which ran advertising for the spa in every issue during its 11-year lifetime (1920-1931), featured Castelao's drawing of a kneeling man holding a bottle of Mondariz water on high until August, 1922, when that picture



was replaced by a new one by the painter Cándido Fernández Mazas. In 1925 the picture of the girl in regional costume was published, followed in 1929 by the image which is still used by the company today. Prominent in all these advertisements is the famous bottle which maintained its austere design for many years: dark green glass with a label that, in the words of Alfredo Vicenti "captivates with its seriousness and simplicity" and "gives life to the idea from which the Peinador family never wavered, of trusting the positive effectiveness of the waters, rather than dazzling presentations and the noise, always ephemeral, of advertising at the top of one's voice".

AGUAS MINERO-MEDICINAS, BICARBONATO-SÓDICAS

MONDARIZ



305

AGUAS MINERO-MEDICINALES
BICARBONATADO-SÓDICAS
MONDARIZ



Es deseo de Aguas de Mondariz dejar constancia de nuestro reconocimiento a todos aquellos que han prestado su colaboración para la confección de este libro. De modo especial queremos mostrar nuestro agradecimiento a Carmen Calviño, Alberto Cabadas, Jesús Giráldez, Juan de la Sota, Blanca Sáiz, Marta de la Sota, Fernando Franco, Familia Moreira (Irene y Conchi), Nélica Cosme, Alfonso Paredes, José Antonio Lorenzo (Alcalde de Mondariz Balneario), a la Real Academia da Lingua Galega (R.A.G.), al Arquivo do Reino de Galicia, al Arquivo Histórico Provincial de Pontevedra, a la Biblioteca Xeral Universitaria de la U.S.C., al Centro Galego de Artes da Imaxe (C.G.A.I.), a la Fundación Penzol, al Arquivo da Deputación de Pontevedra y al Concello de Mondariz Balneario.

Los fondos de la presente publicación pertenecen a las siguientes colecciones:

AGUAS DE MONDARIZ FUENTE DEL VAL S.A.
FUNDACIÓN MONDARIZ BALNEARIO
CONCELLO DE MONDARIZ BALNEARIO
MUSEO DEL AGUA (MONDARIZ BALNEARIO)
REAL ACADEMIA GALEGA (R.A.G.)
ARQUIVO MOREIRA
ARCHIVO DE LA SOTA
ARQUIVO DA DEPUTACIÓN DE PONTEVEDRA
MUSEO DE PONTEVEDRA
BIBLIOTECA XERAL UNIVERSITARIA (U.S.C.)
COLECCIÓN MASAVEU
COLECCIÓN CAIXANOVA
FUNDACIÓN PENZOL

EDITA
Fundación Mondariz Balneario

DIRECCIÓN EDITORIAL
Rai Iglesias

PRODUCCIÓN EDITORIAL
noncommon_artbrandingeditions

DISEÑO Y MAQUETA
Rai Iglesias

DIRECCIÓN DE ARTE
Iria Sobrino

TEXTO HISTÓRICO
Yolanda Pérez Sánchez

FOTOGRAFÍA
Enrique Touriño

TRADUCCIÓN
Dwight Porter Gill

REALIZACIÓN EDITORIAL
Publitia

© AGUAS DE MONDARIZ FUENTE DEL VAL S.A., 2008





"Los vasos de agua que se vierten son verdaderas trombas de agua, verdaderas inundaciones que sugieren una ley física nueva que se podría redactar así: «El agua que desaloja un vaso que se vierte, es infinitamente mayor que la que aparentaba contener.»"

Greguerías Escogidas,
de Ramón Gómez de la Serna

MONDARIZ MMVIII

Buvette

se hizo imprimir en un número de mil