

Dalla-Corte Caballero, Gabriela: *Cultura y negocios: el americanismo catalán de la Revista Comercial Ibero-Americana MERCURIO (Barcelona, 1901-1938)*, Barcelona, Casa Amèrica Catalunya, 2012, 221 pp.

Los últimos años han sido prolíficos en obras conmemorativas. A la multitud de publicaciones surgidas al albur de los bicentenarios de las independencias americanas se ha sumado un buen número de trabajos en torno, precisamente, a lo que fueron las festividades centenarias, las circunstancias que rodearon los fastos y la evolución de las relaciones hispanoamericanas desde la secesión hasta la celebración de dichos festejos.

Es de señalar que gran parte de los trabajos citados ha girado en torno al hispanoamericanismo, movimiento que se significó en la restauración de los vínculos entre España y las nuevas repúblicas americanas. No puede decirse, en todo caso, que fuese este un movimiento homogéneo, pudiendo distinguirse dentro del mismo, cuando menos, una dualidad que ya se evidenciaría en las primeras décadas post-independencia entre quienes secundaron a los distintos gobiernos liberales en sus políticas de distanciamiento y/o acercamiento condicionado, y aquellos que calibraron lo mucho que se había perdido con la separación y buscaron la manera de consensuar acuerdos entre Madrid y los nuevos países.

Los primeros acabarían desembocando en un panhispanismo fuertemente ideologizado que preconizaría la unidad espiritual de España y las repúblicas hispanoamericanas, con la antigua metrópoli ejerciendo una especie de preeminencia tutelar. Los segundos, por su parte, quedarían encarnados en una burguesía comercial sumamente perjudicada por la coyuntura y que, pese a los dictámenes gubernamentales, no cejó en su empeño de acercar posturas y generar una actitud favorable en pro del reconocimiento de las nuevas repúblicas. Producto de todo ello sería el papel desempeñado por las Juntas de Comercio y sus integrantes en el paulatino cambio de la opinión pública española respecto a la nueva realidad americana, siendo decisiva a tal efecto la fundación y mantenimiento de revistas que actuarían de enlace entre las sociedades, la intelectualidad e incluso los gobiernos de ambas orillas.

No es este un tema desconocido para Gabriella Dalla-Corte quien, si bien en los últimos años ha estado incursionando en diversos asuntos de la historia paraguaya, goza de una amplia experiencia investigativa en lo que se refiere al hispanoamericanismo de este periodo y, más concretamente, al americanismo catalán. En cierto modo la hipótesis del libro que nos ocupa

—la posible gestación de la Casa de América de Barcelona en la *Revista Comercial Ibero-Americana MERCURIO*— supone para la historiadora un triple retorno: a una institución a la que ha dedicado no pocas atenciones a lo largo de su carrera; a una temática, el americanismo catalán, de la que siempre ha resaltado su vertiente empresarial como santo y seña; y, por último, a una publicación que conoce sobradamente por haberla analizado en anteriores estudios y que, en esta ocasión, le sirve como fuente para analizar los puntos previos.

La investigación toma como punto de partida un 1898 que resultó calamitoso para los intereses españoles. Perdidas las últimas colonias americanas y asiáticas, el país cayó en una crisis de identidad que alcanzaría todos los ámbitos, pero que también generaría respuestas desde las que replantear el porvenir del país desde perspectivas distintas a las del pasado. La revista *MERCURIO* fue una de esas respuestas. Fundada en diciembre de 1901, ya desde el primer número sus promotores plasmaron su propósito de, en palabras de la autora, «rejuvenecer los vínculos entre España y Latinoamérica, dar a conocer la realidad americana, garantizar la paz y dejar atrás la guerra». Un objetivo que, en todo caso, siempre estaría regido desde una perspectiva comercial que quedaría señalada en ese mismo boletín bajo frases que casi podrían considerarse premisas, como: «El interés mercantil es la gran palanca de nuestros tiempos»; «Hoy las naciones que más prosperan y dominan son las que más comercian».

¿Fue esta una tendencia exclusiva del americanismo catalán? En absoluto. Ya en el siglo XIX otras burguesías comerciales como la andaluza habían incidido en dicha vía aun sin haber pasado por el trauma noventa-yochista. Y, del mismo modo, tanto catalanes como andaluces asumieron que ninguna plataforma podía ser más idónea para reforzar los vínculos con América que la herencia cultural común o el compartir usos y costumbres. No obstante, pocas recogieron la antorcha como hizo *MERCURIO*. Y ninguna otra burguesía comercial del país insistió tanto en esa vía como la catalana. Basta sopesar, como bien indica Dalla-Corte, cómo desde el primer número de la publicación hasta su cierre en 1938, esta siempre guardó espacio en sus páginas para las empresas anunciantes inmersas en el proyecto —una forma de darles trascendencia internacional y, sobre todo, una imagen en América— pero, a la par, cómo también llegaría a contar con más de 800 colaboradores repartidos entre la *Edición Ilustrada* y la *Edición Comercial y de Transportes*.

La metodología empleada por la historiadora parte del análisis de aquellos que se significaron como piezas capitales de la publicación y, por extensión, del americanismo catalán de este periodo. Con todo, resulta interesante constatar cómo la autora procura contextualizar las actividades de la revista y de los distintos colectivos presentes en el trabajo, dejando entrever la influencia que tuvieron en las reivindicaciones de los sucesivos directores y empresarios los acontecimientos coetáneos, ya fuesen locales, como la Semana Trágica; nacionales, como la Guerra Civil; o internacionales, como la Gran Guerra o el Crack del 29.

En lo que concierne a la estructura, la obra aparece dividida en ocho apartados en los que se abordan figuras que van de Pere Casas Abarca, director artístico y creador de imágenes de la publicación, a José Puigdollers Macià, fundador de la misma y artífice de diversos proyectos como el Crédito Ibero-Americano, en cuyo seno funcionó la *Revista Comercial Hispano-Americana* (más adelante *Ibero-Americana*) o la conocida *Embajada Comercial a América*, un viaje al Cono Sur en el que se embarcarían dos abogados y amigos de juventud que posteriormente llegarían a ejercer como diputados en las Cortes: José Zulueta Gomis y Federico Rahola Trèmols.

Rahola también llegaría a ser director de la revista, al igual que Pere Casas. No obstante Dalla-Corte une sus nombres a un tercero, Rafael Vehils Grau-Bolívar, a la hora de hablar de la creación de la gran biblioteca presente en el seno de la *Revista Comercial Ibero-Americana*. Una biblioteca que resultaría trascendental a la hora de organizar, primero, los «Estudios Americanistas» y, más adelante, la «Sociedad Libre de Estudios Americanistas». Hablamos de asociaciones que aunaron en sí intelectualidad y empresa independientemente de su origen español o americano, pero también de las raíces sobre las que se fundó la Casa de América de Barcelona y muchos de los fondos documentales de temática americana presentes a día de hoy en bibliotecas y archivos catalanes.

En resumen, un interesante trabajo que une a las reflexiones de la autora dos complementos a no desdeñar: por un lado, un amplio reportaje fotográfico que facilita sustancialmente la comprensión de lo expuesto y la coyuntura en que se movieron personajes y proyectos; y por el otro, una relación desglosada de autores y artículos publicados en *MERCURIO*. Una magnífica herramienta para todo aquel que se decida a indagar en la complejidad de un tiempo, un movimiento y un contexto como el de las relaciones hispanoamericanas de comienzos del siglo XX y su contemplación desde el americanismo catalán.—MANUEL ANDRÉS GARCÍA, Universidad de Huelva.