

¿Quién puede competir con los recursos de la cultura del Estado? ¿Quién puede imponerse a los cánones de una sociedad secularizada y globalizada? La cultura de inspiración cristiana no es una competencia victoriosa, sino una presencia testimonial en el seno de la comunidad científica con espíritu de tolerancia y libertad.

3º. Aun admitiendo la comparación, la cultura católica de España ha sido, indudablemente, minoritaria, pero no por eso debe considerarse fracasada. Se puede aplicar a la cultura católica la misma polémica que se ha planteado a la acción social católica. ¿Fracaso o frustración? El profesor Cuenca planteó esta disyuntiva en la primera edición de su libro sobre los sindicatos y partidos católicos españoles. La respuesta puede ser la misma. Vistos los logros culturales obtenidos, más que de un fracaso debería hablarse de un éxito a medias. Quienes, movidos por su amor a la Iglesia, esperaban frutos mayores, juzgarán los medianos logros obtenidos como una frustración. Es posible que el balanceo entre las realidades y los ideales haya llevado a nuestro autor a moverse en el claroscuro de algunos de sus juicios. Ha sido muy generoso en el reconocimiento de méritos y en la concesión de alabanzas, y al mismo tiempo se ha mostrado riguroso y exigente al percibir la distancia con la perfección deseada. Es una actitud acertada en conjunto, aunque puede ser discutida en los detalles

En cualquier caso, José Manuel Cuenca ha escrito un libro que no deja indiferente. Un libro admirable, espléndido recordatorio de empresas culturales que no deben olvidarse. Un libro que enseña, orienta y estimula.

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

Por Marcela Lucci
(Universitat Autònoma de Barcelona)

El libro de Gabriela Dalla-Corte Caballero es breve. Menos de 300 páginas están abocadas al

estudio de la aparición y evolución de la *Revista Comercial Ibero-Americana MERCURIO*, fundada por el empresario catalán José Puigdollers Macià en 1901. La obra consta de un prólogo a cargo de Antoni Traveria, Director general de Casa Amèrica Catalunya, -entidad centenaria vinculada, como la publicación que analiza la autora, al desarrollo del americanismo catalán durante todo el siglo XX-; una lúcida introducción y ocho capítulos profusamente ilustrados con imágenes poco difundidas o inéditas de los responsables de *Mercurio*, del contenido de la revista y de su sede barcelonesa. El texto se completa con unas reflexiones finales y un insoslayable e inédito anexo documental.

La producción científica de Dalla-Corte en el campo del americanismo catalán como objeto de análisis desde el cual plantear nuevos interrogantes al devenir histórico español del siglo XX es importante, y a este texto le precede –entre otros- *Casa de América de Barcelona. Comillas, Cambó, Gil Torres y mil empresarios en una agencia de información e influencia internacional*¹, que es un profundo análisis de la evolución de ese proyecto económico al impulso comercial peninsular. En el caso que nos ocupa, la historiadora da un paso más en esta dirección para ahondar en la manera en que *Mercurio* se convirtió en un espacio desde el cual proponer vectores de renovación comercial, atraer el interés del entorno económico español y proponer la actividad mercantil como esfera para un intercambio fructífero entre sociedades diversas. La documentación que sostiene el estudio establece, en el terreno de la historia cultural y económica, la capacidad de la sociedad española de trazar y ejecutar proyectos de diversa índole gestados a partir de una cosmovisión particular, que difiere de la dominante pero con la que coexiste y a la que efectúa aportaciones provechosas. Así, *Cultura y negocios: el americanismo catalán de la Revista Comercial Ibero-Americana MERCURIO. (Barcelona, 1901-1938)* se conecta con el pasado peninsular para contribuir a definirlo desde las antípodas del discurso franquista de unidad cultural que campeó durante la dictadura: al ahondar en el estudio de la revista representante del americanismo catalán comprueba, por una vía muy poco estudiada, que la sociedad española ha sido capaz de emprender secularmente caminos de acción y expresión diversos y distintos.

¹ DALLA CORTE-CABALLERO, Gabriela, *Casa de América de Barcelona. Comillas, Cambó, Gil Torres y mil empresarios en una agencia de información e influencia internacional*, Madrid, LID Editorial Empresarial, 2005.

La concisión del libro es una muestra del equilibrio con que ha sido concebido y del objetivo de la autora de presentar un aspecto poco estudiado de las relaciones históricas entre España y América Latina durante la primera mitad del siglo XX. El americanismo catalán, que es como se conoce a las actividades realizadas para reforzar y vigorizar los vínculos comerciales de España con América Latina tras la pérdida de las últimas colonias en las postrimerías del 1800, ha tenido una gran importancia, en particular por la relevancia de los actores involucrados en el rediseño de estas relaciones. A pesar de la influencia del proyecto cultural y económico originado en Barcelona, ese proceso no ha sido objeto de un seguimiento específico, más allá de las contribuciones de la propia Dalla-Corte y de la poca bibliografía que alude al tema de manera tangencial. La historia de *Mercurio* como un proyecto editorial que sostuvo y difundió un proyecto de comercio intercontinental de vanguardia con raíces catalanas y vocación peninsular se imbrica así no sólo en la propia producción de la autora. Es sobre todo un trabajo que se integra en la historiografía española con peso propio a causa de la importancia del apéndice documental, que convierte al libro en una obra de consulta fundamental para nuevos trabajos.

Cultura y negocios: el americanismo catalán de la Revista Comercial Ibero-Americana MERCURIO (Barcelona, 1901-1938) analiza la gestación de la publicación desde la perspectiva de sus artífices. Esta elección le permite a Dalla-Corte profundizar en el estudio de la sociedad catalana durante el período más álgido del catalanismo durante el siglo XX y durante la Guerra Civil española, y establecer la estrecha vinculación de su objeto de estudio con la coyuntura sociocultural y política que le dio origen. En ese sentido, nada está dejado al azar. El análisis vincula los aspectos formales, teóricos y artísticos de *Mercurio* con el espíritu y la evolución del proyecto económico y cultural del economista y empresario José Puigdollers Macià y un grupo de profesionales formado en la *Universitat de Barcelona*: Simeón Mugüerza Sanz, Pere Casas Abarca, Francisco Rahola Trèmols, José Zulueta Gomis y Rafael Vehils Grau-Bolívar. Así, a lo largo de los capítulos es posible comprender la importancia de la publicación en la puesta en marcha y el impulso de una particular concepción de intercambio comercial para potenciar la presencia catalana en el tráfico transatlántico de mercancías con el fin

de favorecer la presencia de la industria española no sólo en América, sino también en Asia, África y Oceanía. La evolución de este proyecto comercial americanista y sus vinculaciones con la pujante actividad empresarial catalana –y de Puigdollers Macià en particular–, con la aquiescencia y la colaboración del gobierno español y el interés sostenido de países como la Argentina, están estudiados con lucidez. Sin embargo, para el discurso integral del libro es fundamental el apartado sobre Casas Abarca, ya que profundiza en la plasmación gráfica de la filosofía de la publicación, que tomaba a la actividad mercantil – en la figura del dios Mercurio–, como acicate pacífico y productivo de las relaciones internacionales. La concepción visual de Casas se integra así no sólo en el devenir político y económico español sino que permite definir culturalmente a la revista al relacionarla con el auge de la fotografía en el periodismo, con el modernismo catalán y las vanguardias artísticas europeas afines: el ‘*Art Nouveau*’ del cartelismo publicitario de Alfons Mucha y al ‘*Jugendstil*’ alemán. Así, Dalla-Corte, lejos de dispersar la atención, logra fijarla al contextualizar el análisis y ofrecer al lector una percepción más compleja de la publicación americanista que pueda ser útil en futuras investigaciones.

La perspectiva de la autora evidencia su conocimiento a fondo no sólo del tema, sino del período que trabaja y la estructura formal del libro está a la altura de su discurso. El texto es claro, el relato conciso y organizado a partir de una línea temporal que facilita el análisis y evidencia la rigurosidad teórica y crítica de Dalla-Corte. Las fuentes gráficas y escritas, así como el aparato crítico, están escogidos y utilizados con rigurosidad. En ese sentido, es fundamental el Anexo documental, que constituye una aportación imprescindible que justifica al libro y lo define: cuatro índices completos e inéditos elaborados por la autora, que permiten acceder a la lista completa de autores y contenidos de la revista desde su primer número, aparecido en 1901, hasta su cierre definitivo en 1938, durante la Guerra Civil Española. El Anexo otorga al texto una última –y, por cierto, la más importante–, cualidad: permitir la difusión de los contenidos de *Mercurio*, de forma tal de poner al alcance de investigadores y académicos la posibilidad de profundizar en el conocimiento del americanismo catalán y, desde esta original perspectiva, efectuar nuevas aportaciones al estudio de la problemática peninsular contemporánea.