

# LA AMÉRICA MERIDIONAL EN LA RETINA DE LA REVISTA *MERCURIO*: MERCADO Y EMBAJADAS COMERCIALES A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX

GABRIELA DALLA CORTE\*

*Universitat de Barcelona*

En este trabajo se analizan las relaciones mercantiles sostenidas por la metrópoli peninsular con Argentina a partir de la firma del Tratado de París en 1898 y durante las primeras décadas del siglo XX. A través del análisis de documentación diversa (como la proveniente de los informes de las cámaras de Comercio y Navegación, la *Revista Comercial Iberoamericana Mercurio*, las deliberaciones parlamentarias de principios de siglo XX, y los informes consulares) se estudia el carácter del debate público en torno a la renovación del vínculo comercial hispanoargentino. Se profundiza en temas tales como la naturaleza de la exposición de productos españoles organizada en Barcelona en 1903; la misión mercantil de Federico Rahola y José Zulueta a Argentina, que fue subvencionada por *Mercurio*; el envío de un conjunto de agentes, comisionados y representantes de casas productoras catalanas; así como el papel jugado por las cámaras españolas de comercio instaladas en América en el marco del afianzamiento de dicha articulación. El objetivo es demostrar la incidencia de la burguesía catalana en el proyecto económico español postcolonial, y la valoración que se hizo del rol a cumplir por la población de origen español en Argentina.

*Los mercados se conquistan y se mantienen con el anuncio, la carta, el viajante, la calidad y el precio. Todos estos factores unidos proporcionan indefectiblemente el triunfo.*

*"Las joyas de la industria española". Revista Comercial Iberoamericana Mercurio, Barcelona, 1925*

## 1. INTRODUCCIÓN

LAS RELACIONES MERCANTILES SOSTENIDAS por la metrópoli peninsular con sus colonias han sido objeto de reflexión preferente para la historiografía, tanto española como latinoamericana, durante la segunda mitad del siglo XX. En los últimos años, los estudios históricos se han ido abriendo paso hacia un campo analítico que

\* e-mail: dagapa@yahoo.es. Agradezco los sugerentes comentarios de Martín Rodrigo Alharilla a una versión anterior.

busca en el imaginario social tanto las justificaciones del orden colonial como las interpretaciones formuladas por los protagonistas de los conflictos sobrevenidos a partir de la ruptura de ese mismo orden. Gracias a este viraje historiográfico, es posible comprobar que los sectores industriales y mercantiles peninsulares de finales del XIX procuraron explicar la crisis española tomando como referente las condiciones internas y los posibles errores cometidos durante el régimen colonial. Jordi Maluquer de Motes, por ejemplo, indica que el final del imperio en 1898 “es también y sobre todo el final de una historia de errores, inoperancia y atraso”, un periodo que abrió las puertas a la reflexión por parte de expertos y economistas que transmitieron a la opinión pública un bagaje de propuestas y estrategias para la reconstrucción del país.<sup>1</sup> Las revistas especializadas editadas en España a inicios del siglo XX dejan entrever que los grupos burgueses no dejaron de lamentarse de que con el proceso de independencia —iniciado en algunas regiones de América Latina en 1810 y finalizado hacia 1898 con la Paz de París—, “las casas españolas desaparecieron, las corrientes comerciales cesaron, perdieron influjo los españoles residentes en América, que tuvieron que emigrar ó sucumbir”.<sup>2</sup> Más allá de la veracidad de esta afirmación —cuestionada por diversos historiadores contemporáneos, entre ellos el propio Maluquer de Motes<sup>3</sup>—, lo cierto es que la centuria se inaugura en España con la novedad de un frenético debate público en torno a la renovación del “diálogo” comercial por parte de un estado enfrentado a dos dilemas: por un lado, elegir entre sus dos coordenadas en política internacional, América y África; por el otro, comprobar que, tal como afirmara el comerciante español Francisco Vázquez Cores, establecido en Montevideo, hasta entonces la producción peninsular “apenas pensaba más que en los mercados de nuestras colonias, especialmente Cuba y Filipinas”.<sup>4</sup>

La acusación de desidia dirigida a los productores y comerciantes españoles fue uno de los elementos centrales sobre los que se asentó el proyecto económico y mercantil de las primeras décadas del siglo XX. Esta crítica provino esencialmente de comerciantes peninsulares establecidos en la América meridional, los cuales recordaban que, antes de firmarse el Tratado de París, un contingente de comerciantes de Argentina había viajado expresamente a Cataluña para entrevistarse con fabricantes locales a quienes solicitaron mercancías, obteniendo como respuesta “que no

<sup>1</sup> Jordi Maluquer de Motes, *España en la crisis de 1898*, p.11 y 191-193.

<sup>2</sup> Cita de *Revista Comercial Iberoamericana Mercurio*, (en adelante *RM*), VIII, núm. 81, (01-08-1908), p.1603. La revista, Publicación Mensual de la Sociedad en Comandita de José Puigdollers i Macià, Barcelona, 1901-1903; Publicación mensual del Crédito Iberoamericano, Madrid-Barcelona, 1904-1905 (director propietario José Puigdollers), Barcelona, 1906; Edición Ilustrada de Madrid 1907; Mercurio, que sólo se editaba en formato único, comenzó a alternar la edición quincenal “Comercial y de Transportes de Barcelona”, rústica que dejó de publicarse en 1937, con otra, más cuidada, la “Ilustrada de Política Económica e Informaciones Generales”, que dejó de editarse en 1938.

<sup>3</sup> Jordi Maluquer de Motes, en *op. cit.*, p.109, sostiene que la pérdida de mercados reservados (en sus palabras, la “amputación de las colonias”), como fue el caso de Cuba, no supuso el retroceso global del comercio de exportación español.

<sup>4</sup> “España en el Plata”. *RM*, XI, núm. 119, (09-03-1911), p.84-95; también Daniel Rivadulla Barrientos, *La Amistad Irreconciliable*.

podrían entregárselas hasta seis, ocho o diez meses [...] hubo algunos que aceptaron pero pidiendo tal ó cual modificación en el tejido ó color, ó tamaño, para acomodarla al ambiente de la plaza. Rotunda negativa, fundada en que, contando con colocación segura de toda la producción en Cuba, Filipinas, etc., no tenían por qué molestarse en cosas nuevas".<sup>5</sup> El autor de este aserto, el propio Vázquez Cores, aludía así a la negativa de comerciantes españoles peninsulares a conceder plazos de pago accesibles a sus pares sudamericanos, lo que los volvía "refractarios a las ideas del progreso". No era entonces una casualidad el octavo lugar que ocupaba España en el ránking de países que comerciaban con Argentina, muy por debajo de Inglaterra, Alemania, Estados Unidos e Italia, cuyos intermediarios, a diferencia de los peninsulares, aceptaban plazos superiores a los tres meses en el caso de documentos firmados, como las letras, o por tiempo indefinido cuando se trataba de cuentas corrientes con intereses recíprocos. Vázquez Cores, no obstante, mencionaba una excepción que confirmaba la regla al referirse a los esfuerzos del comerciante catalán José Puigdollers i Macià por convertir la América meridional, en particular Argentina, en el foco de las políticas mercantiles de la burguesía catalana, y su interés en abrirse paso a nuevos espacios sin esperar la debacle final del sistema de mercados reservados.

En efecto, Puigdollers llegó a Argentina en 1888, en calidad de comisionado de fábricas de tejido de Sabadell y Terrassa, y con la intención de asegurar pedidos para la industria fabril catalana.<sup>6</sup> En Buenos Aires representó a la Compañía General de Tabacos de Filipinas y aprovechó para elaborar un primer informe que editó en el diario *La Renaixença* —órgano de difusión de la Lliga de Catalunya<sup>7</sup>— bajo el sugestivo título de *Sinopsis estadística-comercial de la República Argentina*. Poco después transformó este boceto en su obra *Memoria geográfica-estadística de la República Argentina*, que dirigió a los consocios de las Comisiones de Agricultura, Industria, Comercio y Marina de la Lliga de Catalunya. En su prédica, Puigdollers garantizó que el incentivo del comercio con Argentina iba a permitir sacar a España de la crisis, del atraso de su industria, de la contracción del consumo, y del limitado acceso a los mercados externos. Desde su perspectiva, España estaba obligada a recuperar sus antiguas colonias, ahora convertidas en estados soberanos y condicionadas por sus particulares procesos de definición territorial. Argentina no sólo era un mercado potencial para la producción española, sino también modelo económico, administrativo y arancelario: "sus miras no son may políticas, sino sempre económicas", afirmaría Puigdollers en su *Memoria*, considerando también que el intercambio con Argentina sería garantizado a través de la organización de exposiciones permanentes, el envío de misiones mercantiles, y el sólido apoyo a los miembros de la Cáma-

<sup>5</sup> "España en el Plata", de Francisco Vázquez Cores. En *RM*, XI, núm. 119, (09 03-1911), p.84-95.

<sup>6</sup> Cataluña contaba con otros mercados como el de Filipinas, principal importadora de tejidos de punto. Véase Josep M. Delgado Ribas, "Menos se perdió en Cuba", y Simeón Muguerza, "Nuestra Exportación a la Argentina", en *RM*, X, núm. 145, (03 01 1910), p.3-4.

<sup>7</sup> Véase Borja de Riquer Permanyer, *Conèixer Catalunya*, p.18.

ra Española de Comercio de Buenos Aires, es decir, a través de estrategias sostenidas en el terreno de la actividad mercantil privada.<sup>8</sup>

Gracias a esta propaganda —y al hecho de que los españoles eligiesen el país más meridional de América Latina como lugar de emigración, seguido muy a distancia por Cuba y Brasil—, Argentina fue durante varias décadas el estado más valorado por los intereses españoles en general y catalanes en particular. En 1889, Puigdollers nuevamente realizó una gran gira por Chile, Perú y Ecuador representando a las casas textiles de Terrassa y Sabadell, a las que agregó las de Barcelona, y logró que los productores de la península modernizaran los procedimientos de elaboración, embalaje y presentación para satisfacer las condiciones del mercado americano.<sup>9</sup> Ayudado por su hermano Ignacio,<sup>10</sup> José repitió esta experiencia y realizó cuatro excursiones más para conocer el estado de los mercados latinoamericanos. Su último viaje fue en el año 1898. Puigdollers relata que en Chile supo de la declaración de guerra a Estados Unidos y que entre Guayaquil y Panamá fue avisado de la capitulación, que calificó de “vergonzosa caída”. Esto no hizo mella para que continuara su viaje a Colombia y Venezuela, desde donde partió rumbo a las Antillas. Al desembarcar en Puerto Rico se encontró con las tropas norteamericanas. Estos viajes comerciales, no obstante, sirvieron a los hermanos Puigdollers para hacerse una idea de las fórmulas a implementar para compensar la pérdida de los mercados privilegiados de las colonias y fueron la plataforma elegida para combatir el desaliento de los comerciantes. En palabras de Puigdollers, “a raíz del desastre de 1898, cuando con el vencimiento sobrevino la pérdida de nuestro imperio colonial, liquidándose el resto de nuestras posesiones ultramarinas, se produjo en todas las clases sociales tal depresión del ánimo”, que sólo quedó la alternativa de reformular la política internacional.<sup>11</sup>

El diseño de una activa propaganda en pro de la expansión comercial de España se acompañó de un aserto: que los españoles eran “mal mirados” en América por su actitud refractaria a aceptar los movimientos emancipatorios, pero también por la negligencia demostrada por el estado español en el terreno comercial durante los últimos vestigios de la dominación colonial y a lo largo del siglo XIX.<sup>12</sup> Recordemos que las Cortes autorizaron al gobierno español a reconocer de iure y a firmar tratados de paz y comercio con las nuevas repúblicas de América recién en el año 1836,<sup>13</sup> pero las relaciones diplomáticas entre España y los estados soberanos sufrieron se-

<sup>8</sup> José Puigdollers i Macià, *Memoria geogràfica-estadística de la República Argentina*, y *Las relaciones entre España y América*, p.5-6 y 11-12; cfr. Antonio Sempere, *Historia de la Cámara española de Comercio de la República Argentina*.

<sup>9</sup> Sobre la importancia de Terrassa y Sabadell en la producción textil y en su modernización durante las últimas décadas del siglo XIX, véase Albert Carreras “Cataluña, primera región industrial de España”, p.272-273.

<sup>10</sup> “Embajada Comercial Española a América”. *RM* III, núm. 25, (04-12-1903), p.288-289.

<sup>11</sup> Sobre el “Desastre” como revulsivo y como generador del pensamiento catalanista en la gestión de la cosa pública, Enric Jardí, *El desastre colonial i Catalunya*, p.61.

<sup>12</sup> “José Puigdollers i Macià”, de Frederic Rahola. *RM*, VIII, núm. 79, (01-06-1908) Sobre este tema, cfr. Rafael María de Labra *La intimidad iberoamericana* y “Discurso”, p.53; Manuel Torres Campos, “Memoria...”.

<sup>13</sup> He analizado la situación jurídica y política en que quedaron las relaciones entre España y los territorios del antiguo virreinato rioplatense en “La red social frente a la crisis del orden colonial”.

rios reveses hasta 1903, en que fue reconocida Cuba, y 1904, en que se hizo lo propio con Panamá.<sup>14</sup>

Quienes siguieron la estela de José Puigdollers señalaron que "era reciente la pérdida de las colonias antillanas. Nuestra producción estaba desorientada, y conocedor él prácticamente de los valiosos mercados de la América del Sur y sobre todo de los países del Pacífico, contribuyó a que fuesen clientes de España".<sup>15</sup> Con la finalidad de generalizar esta política, Puigdollers convocó una reunión de industriales y mercaderes en la sede del Fomento del Trabajo Nacional, poderosa federación patronal que, junto con otras corporaciones vinculadas a la producción de textiles de algodón, buscaba obtener mercados en Marruecos y América.<sup>16</sup> En dicha sede se le encomendó a Puigdollers la redacción de un informe para ser elevado a la subcomisión permanente de Barcelona del Congreso Social y Económico Hispanoamericano.<sup>17</sup> El manuscrito, titulado *Las relaciones entre España y América, Manera de fomentarlas*, fue acogido inmediatamente por interlocutores ávidos por volver los ojos a los mercados americanos para contrarrestar los efectos de la demolición de los últimos vestigios del orden colonial en Cuba y Filipinas. El Río de la Plata sería entonces presentado como un emporio de riqueza "para una España de ideas nuevas y de procedimientos nuevos; para una España, en fin, que pueda colocarse intelectual y materialmente al lado de las naciones que aquí combaten por el predominio".<sup>18</sup> Este proyecto se sustentó en la labor de asociaciones privadas interesadas en subsidiar emprendimientos tales como museos, exposiciones comerciales y embajadas mercantiles. El Ateneo Barcelonés, el Instituto Agrícola San Isidro, la Liga de Defensa Industrial y Comercial, así como las cámaras de comercio de Cataluña, no

<sup>14</sup> México, Ecuador, Chile, Venezuela y Bolivia fueron los primeros en beneficiarse, pero sin llegar a pactos formales y definitivos; a mediados del siglo le tocó el turno a Costa Rica, Nicaragua, Argentina y República Dominicana con igual suerte; entre 1863 y 1865, España firmó tratados de paz, amistad, reconocimiento y comercio con Guatemala, Perú y El Salvador; en 1870 con Uruguay; diez años después con Paraguay; en 1881 y 1894 con Colombia; en 1894 con Honduras. Cfr. Juan Carlos Pereira Castañares y Ángel Cervantes Conejo, *Relaciones diplomáticas entre España y América Latina*. Los tratados de reconocimiento, amistad y paz entre España y estos estados pueden encontrarse en Jorge Castel *El restablecimiento de las relaciones...*, p.75-165. También sugiero consultar *Modalidades específicas del comercio de exportación a los países de Ultramar y medidas de protección que requiere*. Segundo Grupo del cuestionario General, 3º período, Ponencia del Comité Organizador presentadas al Primer Congreso Nacional del Comercio Español en Ultramar, Sevilla, Fascículo núm. 1, Sección núm. 1. Madrid: Ed. Sucesores de Rivadeneyra. 1923, p.6. José Puigdollers, en *Las relaciones entre España y América*, exclamaría: "¡Cuántos errores cometidos! ¡Cuántas equivocaciones nuestras que acabaron por obligar á aquellas repúblicas a constituirse y gobernarse por su solo esfuerzo y, en muchos casos, poco menos que al azar!", texto reproducido en *RM*, II, núm. 4, (04-03-1902), p.57-60.

<sup>15</sup> *RM*, XXI, núm. 380, (24-03-1921); también José Puigdollers i Macià *Comunicaciones internacionales de España*.

<sup>16</sup> Sebastian Balfour, *El fin del Imperio español*, p.148-149.

<sup>17</sup> Realizado en Madrid en 1900 y presidido por el duque de Almodóvar del Río, quien como ministro de Estado fundó el "Centro de Información Comercial" en el seno de la Sección de Comercio. En *Congreso Social y Económico Hispano-Americano reunido en Madrid en 1900*. Tomo I. Madrid: Imprenta de los Hijos de M. G. Hernández, 1902, Sesión Deliberación Relaciones Comerciales, p.553-660 y p.707-765; la creación se dio por Real Orden de septiembre de 1898. Desde el año 1900, el centro se encargó de publicar las "Memorias diplomáticas y consulares", en *RM*, IV, núm. 31, (01-06-1904), p.118-119.

<sup>18</sup> "España en el Plata", de Francisco Vázquez Cores. *RM*, XI, núm. 120, (23-03-1911), p.95-96; José Puigdollers i Macià, *Comunicaciones internacionales de España*. Texto reproducido en *RM*, II, núm. 4, (04-03-1902), p.57-60.

sólo presionaron a nivel estatal sino que intentaron redefinir sus ámbitos de actuación respecto de otras entidades económicas afines.<sup>19</sup> Sugestionados por aquel informe y por las deliberaciones del congreso de 1900 —así como por las conclusiones a las que llegó el congreso que en 1898 organizaron en Zaragoza las cámaras de comercio del país—, comenzaron a llegar a Argentina un conjunto de representantes de casas productoras catalanas, así como agentes y miembros de misiones mercantiles, emprendimientos que constituyen el objeto de estudio de este trabajo.<sup>20</sup>

## 2. UNA REVISTA PARA EL COMERCIANTE ESPAÑOL

En ese contexto, Puigdollers diseñó una interesante estrategia: dado que los empresarios realizaban sus previsiones basándose en informes y estadísticas elaborados por las corporaciones y publicaciones especializadas, decidió aprovechar su sociedad en comandita y transformarla en sede de una publicación regular de carácter económico.<sup>21</sup> La idea de fundar la *Revista Comercial Iberoamericana Mercurio* correspondió al artista Pedro Casas Abarca, quien propuso a Puigdollers transformar el boletín que editaba su casa comercial para los clientes “de Ultramar” en una publicación mensual ilustrada. La publicación intentó así conjurar la decadencia y reencauzar el diálogo mercantil y cultural aprovechando la presencia de peninsulares en esos territorios que en algunos casos —como sucedió con los trescientos mil españoles en Cuba y Puerto Rico después de la firma del Tratado de París— se habían visto obligados a perder la ciudadanía española.<sup>22</sup> Los editores y redactores de la revista *Mercurio* buscaron convertirla en “la Gaceta del comercio hispanoamericano” para instruir en los negocios a exportadores e importadores, pero es un dato significativo que comenzara a ser editada al conocerse que México sería la sede del Congreso Panamericano de 1902 y que Estados Unidos, a decir de los responsables de la revista, intentaba “enseñorearse de América”.<sup>23</sup> Hasta entonces, Iberoamérica era bombardeada por periódicos que, procedentes de Estados Unidos, se distribuían por las capitales más importantes. La presencia hegemónica de Norteamérica fue advertida incluso por un comerciante peninsular radicado en ciudad de México, Antonio Saracibar, quien una década después de salir a la luz el *Mercurio* apuntaba en una publicación barcelonesa que “asombra ver el número de periódicos que, procedentes de los Estados Unidos, se reciben gratis en estas Repúblicas, con objeto de dar á conocer los artículos de exportación”.<sup>24</sup>

Puigdollers se consolidó como director propietario de la revista comercial, que contó con representantes en la mayoría de las capitales latinoamericanas. Posicio-

<sup>19</sup> Carlos Serrano, *El turno del pueblo*, p.215-232.

<sup>20</sup> “Hay que ir a la Argentina”, de Simeón Muguertza. *RM*, X, núm. 148, (16-02-1910).

<sup>21</sup> Carlos Serrano, en *id.*, p.217, indica que el Congreso de 1898 sirvió para proponer la constitución de un partido nacional con un órgano de prensa en el que pudiese expresarse la aversión hacia la retórica y la política.

<sup>22</sup> *Congreso Social y Económico Hispano-Americano reunido en Madrid en 1900*. Tomo I, Madrid: Imprenta de los Hijos de M. G. Hernández, 1902, Sesión Deliberación Relaciones Comerciales, p.47.

<sup>23</sup> “Congreso panamericano en México”. *RM*, II, núm. 3, (04-02-1902).

<sup>24</sup> “Desde América. Comercio Hispanoamericano”, de Antonio Saracibar, en *Boletín de la Asociación de Viajantes del Comercio y de la Industria de Barcelona* (en adelante *RAVCIB*), V, núm. 44, (septiembre-octubre, 1910).

nándose casi en las antípodas del discurso cultural americanista de la época, la presentación del primer número afirmó que “el interés mercantil es la gran palanca de nuestros tiempos, como los hechos lo demuestran a cada paso. Los pueblos no se mueven apenas por simpatías de raza, ni se ligan como antes, por conveniencias puramente políticas; en el fondo de todas las alianzas internacionales, se encuentran siempre el acicate económico y el espíritu comercial”.<sup>25</sup> Así, *Mercurio* comenzó siendo una revista comercial “hispanoamericana” de la ciudad de Barcelona.<sup>26</sup> Su fundación coincidió con las tensas relaciones entre la ciudad condal y Madrid a finales del siglo XIX, y con la creación de la Lliga Regionalista, partido catalanista que representó un movimiento formado básicamente por hombres de clases medias, liderados primero por Enric Prat de la Riba y más tarde por Francesc Cambó. Para los micmbros de la revista, “la pérdida de las Antillas y Filipinas, y con ella la desaparición del enorme favor de las tarifas para los productores españoles, hizo patente la inferioridad de nuestras industrias en la libre competencia. Cerrados, ó casi cerrados, por esta causa, para España, aquellos mercados, todos sabemos la terrible crisis industrial que se produjo en España, especialmente en Cataluña”.<sup>27</sup> Para compensar esta situación, la publicación captó a Frederic Rahola i Trèmols y Mariano Viada i Lluch, quienes actuaron en estrecho contacto con corporaciones tales como la Cámara de Comercio y Navegación de Barcelona y Fomento del Trabajo Nacional, así como con delegados en cada uno de los estados americanos en los que *Mercurio* contaba con representantes. Otro de los congregados por la redacción, José Zulueta y de Gomis —quien contaba en su haber con el hecho de haber sido, a finales del siglo XIX, el presidente de la Liga de Productores del Principado de Cataluña—, llegó a sostener que “fue menester la enormidad de la catástrofe para que se pensara en esta política de expansión, que ha de salvarnos”.<sup>28</sup>

Un año después de la aparición de los primeros números, Puigdollers volvió a bautizar la revista colocando el apelativo de “Iberoamericana” para hacer frente a las críticas que recibía el término “Hispanoamérica” por parte de los grupos americanistas del reino. En 1904 se introdujeron mejoras en la publicación, que incluyó una

<sup>25</sup> *RM*, XXV, núm. 500 [Número especial por las bodas de plata], (15-10-1925), p.243-286.

<sup>26</sup> La sociedad comanditaria de Puigdollers estaba dedicada a los negocios de comisión y cuenta propia para la exportación e importación, y contaba con José como socio colectivo y con la Compañía Trasatlántica como socio comanditario. Ignacio, hermano de José, gozaba de poderes generales para el uso de la firma social. “Nuestros propósitos”. *RM*, I, núm. 1, (03-12-1901).

<sup>27</sup> “España en el Plata”, de Francisco Vázquez Cires. *RM*, XI, núm. 120, (24-03-1911), p.95-96.

<sup>28</sup> “Discurso de José Zulueta en el banquete de despedida antes de partir hacia Argentina”. *RM*, III, Suplemento al núm. 23; también José Zulueta, *La restauración del solar patrio*. Para darnos una idea de la difusión de la revista, en 1907 *Mercurio* alcanzó una tirada de 25.000 ejemplares. “La Feria de Barcelona y el ejemplo a seguir” de Rafael Vehils. *RM* XX, núm. 370, (21-10-1920), p.255-256. *Mercurio* también participaría en exposiciones, en particular en las ferias de muestras en Barcelona, organizadas por los grupos industriales y mercantiles, y compartiría su labor divulgadora con otros periódicos de exportación españoles como *Ebro*, *Anuario Blanco* y la *Revista de Exportación*. Véase *Boletín mensual de la Cámara de Comercio y Navegación de Barcelona* (en adelante *BCCNB*), Año XXVII, núm. 311, (octubre 1920); XXXI, núm. 352, (marzo 1924); XXXII, núm. 371, (octubre 1925); *RM*, XI, núm. 195, (21-12-1911), p.604; *RM*, XXV, núm. 488, (30-04-1925), p.79-80; núm. 500 [número especial por las bodas de plata], (15-10-1925), p.243-286.

información detallada acerca de los viajes y las misiones mercantiles, intentando convertirse así en un semillero de doctrina económica. Suprimida la Sección Comercial y de Transportes —que comenzó a aparecer en formato de suplemento quincenal a cargo de Simeón Muguerza—, la revista pasó a publicarse a caballo entre Barcelona y Madrid, ya que dejó a pertenecer a la casa comisionista de su director para transformarse en el órgano portavoz del “Crédito Iberoamericano”, organismo dependiente de la sociedad comanditaria de Puigdollers.<sup>29</sup> En poco tiempo, *Mercurio* lideró el pulso de la expansión peninsular y sirvió de idóneo instrumento de propaganda mercantil con la pretensión de “aumentar la riqueza y la población, para influir en la general cultura y renovar por completo la política, haciendo que el estado sea mirado como un apoyo y un impulso en vez de ser un obstáculo y una rémora”.<sup>30</sup> Sus casi cuarenta tomos constituyen un compendio de doctrina en materia jurídica, comercial, financiera y sociológica dirigido a industriales, comerciantes y exportadores interesados, entre otras cosas, en hacer desaparecer todo tipo de resquemor que todavía existía en América por el carácter del vínculo colonial. Los lectores de *Mercurio* en América llegaron a afirmar que la revista estaba “bien significada como poco amiga de confiarlo todo al apoyo oficial. Sus empresas[...] dicen el culto hondo y entusiasta que rinde á la iniciativa particular”.<sup>31</sup> Una de esas empresas, escasamente estudiada por los historiadores, fue la asociación privada creada en Barcelona en 1911, la Casa de América, cuya fundación fue posible gracias a la venia del segundo Marqués de Comillas, Claudio López Brú, que participó como socio vitalicio.<sup>32</sup>

La mirada crítica que los empresarios e intelectuales españoles dirigieron a la historia de la metrópoli —buscando al mismo tiempo regenerar<sup>33</sup> las bases mercantiles

<sup>29</sup> El Crédito Iberoamericano fue fundado para suplir la carencia de un banco especializado en exportación; tenía un capital de diez millones de pesetas. “Embajada Comercial Española a América”, *RM*, III, núm. 25, (04-12-1903), p.288-289; “España en el Plata” de Francisco Vázquez Cores. *RM*, XI, núm. 120, (23-03-1911), p.95-96; “Siempre adelante”. *RM*, IV, núm. 26, (01-01-1904); *RM*, Suplemento Comercial y de Transportes, núm. 3, (01-02-1904); la fundación del Crédito Iberoamericano, no obstante, no excluyó la solicitud constante de crear organismos similares con intervención del estado, en “Comisión comercial española a América”. *RM* IV 01-05-1904, núm. 30, p.101-102; “Siempre adelante”. *RM*, IV, núm. 26, (01-01-1904); véase Martín Rodrigo y Alharilla “El Banco Hispano Colonial y Cuba”, p.316-319, que narra el fracaso de este ensayo y que trata el funcionamiento del Banco Hispano Colonial hasta el año 1898.

<sup>30</sup> Rahola diría públicamente que los catalanes “no siempre hemos de ser tachados de egoístas; y la complacencia que ahora nos llena sirve de compensación a la amargura que hemos probado algunas veces cuando se nos ha tachado injustamente de exclusivistas, o calificado con dictados menos halagüeños”. En “Algo de nuestra Exposición, en el acto de inauguración”. *RM*, III, núm. 16, p.58-59, (04-03-1903); “Discursos-brindis pronunciados por los Sres. Cónsules de las Repúblicas Argentina, del Uruguay y de Chile, y los Sres. Comisionados D. Federico Rahola y D. José Zulueta en el banquete de despedida por las entidades económicas”. *RM*, III, Suplemento al núm. 23, (04-10-1903), s/n p.

<sup>31</sup> *RM*, IV, núm. 31, (01-06-1904), p.118-119.

<sup>32</sup> Sobre el funcionamiento de la Casa de América, sugiero consultar la tesis de licenciatura métrica de César Yáñez Gallardo, *El americanismo de la burguesía catalana*. Sobre el grupo Comillas, el libro de Martín Rodrigo Alharilla *Los marqueses de Comillas*, fruto también de su tesis doctoral.

<sup>33</sup> Sobre el regeneracionismo de las clases medias a partir de 1898, véase Sebastian Balfour, *op. cit.*, p.150, quien sostiene que se trata de un planteamiento realizado en una sociedad que sentía que había crecido más que el estado; en palabras de Balfour, “la estrategia que instaba a adoptar la burguesía catalana consistía en regenerar España a partir de una Cataluña políticamente renaciente”.



y productivas para competir particularmente con Italia, país con el que España compartía la capacidad exportadora de aceite y de mano de obra— es analizada en este trabajo no tanto en perspectiva de la evocación de la crisis de 1898, sino a través de la manera en que las diversas corporaciones españolas, y en particular las mercantiles de Cataluña, se reconstituyeron para orientar la producción nacional y el intercambio comercial. La realidad postcolonial es aquí el punto de partida para comprender las estrategias ideadas por los sectores productivos y mercantiles peninsulares en áreas que durante el siglo XIX no fueron condicionadas por el régimen de mercado reservado, como fue el caso de los territorios dependientes del Virreinato del Río de la Plata, emancipados desde 1810. Como veremos, la fórmula ideada fue la constitución de agentes directos, la redefinición del vínculo con los productores, y la eliminación de uno de los obstáculos centrales para la recuperación de los mercados: la presencia de agentes intermediarios extranjeros. Como secretario del Fomento del Trabajo Nacional, Frederic Rahola coincidió en que “la seguridad del mercado colonial fue causa de que no fijásemos nuestra atención en otros mercados que nos brindaban con su consumo, y ahora nos corresponde ganar el tiempo perdido”,<sup>34</sup> Los datos de la exportación e importación entre Argentina y España en la última década del siglo XIX (CUADRO 1) confirmaban la naturaleza de un intercambio mercantil que no coincidía con la masiva presencia de emigrantes peninsulares en Argentina, y que al final del recorrido sonaba más a estancamiento económico que al desarrollo y a la regeneración pretendidos por España.

CUADRO 1:  
INTERCAMBIO MERCANTIL ESPAÑA-ARGENTINA, 1891-1901 (EN PESOS ORO)

Año	Exportación		Exportación		Total comercio por año
	España a Argentina	% total	Argentina a España	% total	
1891	4.113.000	6,9	7.034.000	7,3	11.147.000
1892	5.320.000	8,9	8.877.000	9,2	14.197.000
1893	6.434.000	10,7	9.726.000	10,1	16.160.000
1894	4.750.000	7,9	9.510.000	9,9	14.260.000
1895	5.516.000	9,2	9.335.000	9,7	14.851.000
1896	6.421.000	10,7	9.340.000	9,7	15.761.000
1897	4.612.000	7,7	7.124.000	7,4	11.736.000
1898	3.844.000	6,4	6.470.000	6,7	10.314.000
1899	5.790.000	9,6	9.896.000	10,3	15.686.000
1900	6.145.000	10,2	8.385.000	8,7	14.530.000
1901	7.094.510	11,8	10.442.900	11	17.537.410

Fuente: *Revista Mercurio* (en adelante *RM*), año II, núm. 8 (04-07-1902), de acuerdo a la Cámara de Comercio Española de Buenos Aires.

<sup>34</sup> “Discursos-brindis...”. *RM*, III, (04-10-1903), “Carta abierta a su majestad el rey”, de Federico Rahola. *RM*, II, núm. 9, (04-08 1902).

La crisis, como toda crisis, no produjo un efecto de somnolencia entre productores, economistas e ingenieros; la agitación y la ambición modernizadora coincidieron con una sensibilización progresiva hacia la organización de agrupaciones corporativas y el máximo aprovechamiento de los recursos disponibles.<sup>35</sup> Desde una doble perspectiva, es decir, tanto discursiva como estadística, el esfuerzo de los primeros años del siglo XX es estudiado aquí tomando como referente la suerte de un muestrario de productos españoles presentado en 1903 a un vicepresidente argentino de paso por Barcelona, y que fue enviado a Buenos Aires con una comitiva formada por Rahola y Zulueta para estudiar los mercados emergentes. La expedición permite describir la imagen que forjó la "retina" española sobre la América meridional, metáfora ocular con la que los historiadores Vicens Vives, Nadal y Ortega intentaron sintetizar y describir en 1950 la importancia que las elites peninsulares habían concedido medio siglo antes a la utilización de la poderosa colonia de emigrantes españoles en Sudamérica.<sup>36</sup>

### 3. EL PRIMER MUESTRARIO, LA VISITA DE UN VICEPRESIDENTE AMERICANO Y LA REPRESENTACIÓN CORPORATIVA

En enero de 1903, con motivo de la visita a España del vicepresidente argentino Norberto Quirno Costa, *Mercurio* organizó la primera exposición de productos industriales, a la que asistió más de medio millar de productores. La exhibición contó con la adhesión de la Unión Iberoamericana, el Gremio de Fabricantes de Sabadell, así como con las Cámaras de Comercio de Barcelona, Tarragona y Reus. En la exposición apostaron sus esperanzas, industriales y fabricantes, que durante quince días sostuvieron el evento a través de obsequios y donaciones. Conscientes de que las relaciones mercantiles con América eran "necesarias para el porvenir de nuestra raza", los empresarios reunidos en torno a *Mercurio* improvisaron la muestra mediante una gestión exclusivamente particular y congregando por primera vez al cuerpo consular iberoamericano establecido en Barcelona. Puigdollers se encargaría de recalcar que la exposición tomó forma "sin contar para nada con los auxilios oficiales".<sup>37</sup> La muestra pretendió ser la más nítida manifestación del "trabajo nacional", ya que "la pérdida del mercado de Ultramar nos ha inducido a pensar en otros mercados, aprestándonos a la lucha en el campo libre, y aun cuando haya disminuido nuestra exportación, se nota que no se concentra ya en un solo mercado, a la sombra de un arancel protector, sino que afluye a muy diversos países, al amparo de su propia y exclusiva fortaleza".<sup>38</sup> Una comisión del Fomento del Trabajo Na-

<sup>35</sup> Carlos Serrano, *op. cit.*, p.232.

<sup>36</sup> Entre 1882 y 1914, dicha emigración equivalió a una tercera parte del incremento nacional. Véase Jaume Vicens Vives, Jordi Nadal, R. Ortega, "América en la retina de los españoles", p.27-33.

<sup>37</sup> "En obsequio al Dr. Quirno Costa. Una exposición improvisada", *RM*, II, núm. 12, (04-11-1902), p.231.

<sup>38</sup> "Siempre adelante". *RM*, IV, núm. 26, (01-01-1904).

<sup>39</sup> "Exposición al Vicepresidente de la República Argentina". *RM*, III, núm. 16, (04-03-1903), p.52-53; *RM*, III, núm. 14, (04-01-1903), p.13. "El Vicepresidente de la República Argentina en Barcelona". *RM*, III, núm. 15, (04-02-1903), p.28-29. Véase información sobre la exposición realizada los primeros días del año 1903 en *RM*, III, núm. 15, (04-02-1903), p.26-27.

cional —presidida por José Puigdollers y formada por Pedro Maristany, por entonces Diputado de Barcelona, Manuel Menacho y Avelino Brunet— invitó a Costa, a la sazón en Madrid, a visitar la ciudad condal, donde el vicepresidente se entrevistó con diversas corporaciones mercantiles y empresariales, así como con personalidades del mundo político catalán. Costa —por entonces presidente del Senado y posible candidato a la presidencia de la nación— representaba la posibilidad concreta de la reconstrucción económica.

Recordamos que su abuelo nació en las provincias, que su padre vió la luz en América, sin que hubiese pisado nunca el territorio español, mientras que el nieto, Vicepresidente de una gran República, poblada por hombres de nuestra raza, venía á nosotros con los brazos abiertos. En este ejemplo vislumbramos claramente las tres generaciones: la de los españoles que fueron á América y se nacionalizaron en aquellos países; la de sus hijos, que se consideraron desligados de España y lucharon por la emancipación de la nueva patria; la de los que, en posesión de la independencia, vuelven los ojos al país de origen á impulsos de un atavismo consolador. La generación intermedia es la que representa la época de la lucha, de separación completa; la última generación es la que simboliza la aproximación y la concordia.<sup>40</sup>

Las corporaciones encargadas de sostener este proyecto —el Instituto Agrícola San Isidro (que, como ha señalado Borja de Riquer, representaba los grandes intereses propietarios agrarios<sup>41</sup>), Fomento del Trabajo Nacional, la Cámara de Comercio y Navegación de Barcelona, el Ateneo Barcelonés, el Círculo de la Unión Mercantil, y la Liga de Defensa Industrial y Comercial— indican los intereses en juego, tanto que el propio presidente del Consejo ministerial, Raimundo Fernández Villaverde, reconoció en la raíz de esta experiencia la presencia de “gérmenes de riqueza que encierra el país y el fomento del progreso industrial de que Cataluña da ejemplo á las demás provincias, sus hermanas”.<sup>42</sup> Diversos literatos españoles se unieron a la empresa, entre ellos Jacinto Octavio Picón, Gaspar Núñez de Arce, Narcís Oller, José Piernas y Hurtado, Jacinto Benavidez, Salvador Rueda, Scraftin y Joaquín Álvarez Quintero así como Santiago Rusiñol. Uno de los representantes de la Unión Iberoamericana en Barcelona, Antonio Rubió i Lluch, sostuvo que “no son los lazos mercantiles, ni los intereses económicos los únicos que estrechan y aproximan a las naciones. Hay todavía otros vínculos más amables y más íntimos”, haciendo referencia concreta a la lengua y las letras. Así, el americanismo sería

<sup>40</sup> “Exposición al Vicepresidente de la República Argentina”. *RM*, III, núm. 16, (04-03-1903), p.52-53; *RM*, II, núm. 11, (04-10-1902), p.213. Cabe señalar que las previsiones de *Mercurio* no se cumplieron, y en 1904 fueron elegidos en Argentina Manuel Quintana y José Figueroa Alcorta como presidente y vicepresidente respectivamente, excluyendo así la candidatura de Costa.

<sup>41</sup> Borja de Riquer Permanyer, *El último Cambó*, p.21.

<sup>42</sup> El Fomento del Trabajo Nacional era presidido por Luis Ferrer Vidal, quien también presidió la Subcomisión permanente del Congreso Hispano-Americano, *RM* III, núm. 14, (04-01-1903), p.7; “El Vicepresidente de la República Argentina en Barcelona”. *RM*, III, núm. 15, (04-02-1903), p.28-29.

<sup>43</sup> “Embajada Comercial Española á América” de Permanyer Nogués. *RM*, III, núm. 23, (04-10-1903), p.235-239.

“expresión del vago deseo de la aproximación y recíproco conocimiento de los miembros de una gloriosa familia histórica”.<sup>44</sup>

La hegemonía de los intereses mercantiles, no obstante, contrasta con el manido argumento de la fraternidad cultural, lingüística y literaria hispanoamericana. El salón del Palacio Arqueológico Municipal fue el sitio elegido para instalar la muestra, que buscaba condensar la metamorfosis deseada para el proyecto de regeneración peninsular en su calidad de museo vivo: “en dicho salón, hasta fines del año que acaba de dejarnos, figuraron los curiosos objetos del Museo Arqueológico Municipal, los restos sagrados de las cosas que nos hablan tristemente de las pasadas centurias”.<sup>45</sup> En el espacio de un mes comenzaron a llegar remesas de todos los ámbitos del país, y el ayuntamiento, que originariamente había cedido un salón marginal del local de la Exposición Universal, se vio obligado a ampliar su oferta para asegurar el éxito de la muestra. Los organizadores sostuvieron que “se juntaron los productos de la agricultura con los de la industria, los frutos de la inteligencia con los del trabajo manual, las obras superiores del arte con las más humildes de los pequeños oficios, formando un conjunto que era un himno al trabajo, la aspiración de un pueblo que ansía transformarse por la fuerza de la labor constante”.<sup>46</sup> Puigdollers pensaba que podrían hacer frente a la imagen de que por el territorio español “sólo viajan los americanos aficionados á las cosas antiguas, a las cosas que se caen”. El vicepresidente argentino, por otra parte, fue acompañado por los presidentes del Fomento del Trabajo Nacional y de la Cámara de Comercio y Navegación de Barcelona, hecho que coincidió con el alto porcentaje de participación de empresas catalanas (59% del total), lo cual no pasó desapercibido para el resto de las corporaciones españolas con las que los productores catalanes mantenían por entonces serios conflictos (CUADRO 2).<sup>47</sup>

CUADRO 2: PROCEDENCIA REGIONAL DE LAS DONACIONES DE EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LA EXPOSICIÓN DE 1903 EN BARCELONA

Comunidad	núm. donaciones	% total
Cataluña	307	59
Madrid	95	18
Andalucía	31	6

<sup>44</sup> La Unión Iberoamericana de Madrid sería una de las entidades especializadas en el fomento de las relaciones económicas hispanoamericanas, junto con la Casa de América de Barcelona, repartiéndose entre ambas asociaciones la posibilidad de articular los intereses de la burguesía española con América. Véase Real Decreto del 13 de agosto de 1927, *BCCNB*, XXXIV, núm. 393, (agosto 1927). “Necesidad de la fraternidad literaria hispanoamericana” de Antonio Rubió i Lluch. *RM*, III, núm. 15, (04-02-1903), p.26-27.

<sup>45</sup> “Exposición al Vicepresidente de la República Argentina”. *RM*, III, núm. 16, (04-03-1903), p.52-53.

<sup>46</sup> “En obsequio al Dr. Quiroga Costa. Una exposición improvisada”. *RM*, II, núm. 12, (04-11-1902), p.231; “Las relaciones entre España y América. Manera de fomentarlas”. *RM*, II, núm. 4, (04-03-1902), p.57-60; “Exposición al Vicepresidente de la República Argentina”. *RM*, III, núm. 16, (04-03-1903), p.52-53.

<sup>47</sup> *RM*, III, núm. 16, (04-03-1903), p.55-57 y p.60-66. “Algo de nuestra Exposición, en el acto de inauguración”. *RM*, III, núm. 16, (04-03-1903), p.58-59; *RM*, XXV, núm. 500, [Número especial por las bodas de plata, (15-10-1925), p.243-286. Sobre los conflictos entre castellanos y catalanes en el sector productivo, Carlos Serrano, *op. cit.*, p.224.

Valencia	25	5
País Vasco	11	2
Baleares	20	4
La Rioja	6	1
Aragón	5	1
Cantabria	5	1
Castilla León	4	1
Navarra	2	0,5
Asturias	2	0,5
Castilla La Mancha	2	0,5
Murcia	2	0,5
Galicia	1	0
Total productores	518	100

*Fuente:* Elaboración propia a partir de "Lista de los Señores que han contribuido al obsequio al Vicepresidente de la República Argentina y de los respectivos objetos que ha recibido la Casa José Puigdollers i Macià, Sociedad en Comandita". *RM*, año III, núm. 16, (04-03-1903), p.60-66.

Rahola aprovechó las páginas de *Mercurio* para afirmar que la variedad y el número de industrias representadas podía convencer a Costa de que España ansiaba seguir el ejemplo de las naciones de vanguardia, y ello "a pesar de la rutina que corre, de la falta de organización administrativa y de los vicios de nuestras costumbres y de nuestra vida pública".<sup>48</sup> En la oposición entre una sociedad civil activa y una estructura estatal percibida como un obstáculo (en palabras de *Mercurio*, "si el gobierno es inepto, que el individuo sea activo"),<sup>49</sup> el grupo burgués sustentó proyectos orientados a recuperar la economía, aunque las esperanzas de mostrar el resurgimiento español al político argentino entraran en contradicción con el tipo de mercancías expuestas para representarlo. En efecto, los productos de la muestra ejemplificaron claramente la naturaleza de la exportación española y sus diferencias regionales: vinos, aguardientes y licores, libros y producción textil, que en tiempos coloniales era la base de la economía de exportación,<sup>50</sup> cubrieron el 60% de la exposición (CUADRO 3). Mientras Cataluña cubría con creces la sección de muestras textiles, el resto del estado hegemonizaba la sección alimentaria. En ese sentido, la muestra de 1903 es un indicio de la estructura de fabricación de las industrias fabriles catalanas en relación al contexto español. En 1856, como ha señalado Carerras, las industrias alimentarias de España representaban el 55,78% frente a un 21,90% de las catalanas. Las industrias textiles españolas, en cambio, ocupaban el

<sup>48</sup> Rahola diría públicamente que los catalanes "no siempre hemos de ser tachados de egoístas; y la complacencia que ahora nos llena sirve de compensación a la amargura que hemos probado algunas veces cuando se nos ha tachado injustamente de exclusivistas, o calificado con dictados menos halagüeños", en "Algo de nuestra Exposición, en el acto de inauguración". *RM*, III, núm. 16, (04-03-1903), p.58-59. "Discursos brindis...". *RM*, III, (04-10-1903).

<sup>49</sup> *RM*, VII, núm. 63, (01-02-1907), p.1066.

<sup>50</sup> Gabriela Dalla Corte, *Vida i mort d'una aventura al Riu de la Plata*; *RM*, III, núm. 16, (04-03-1903), p.55-57.

23,65%, mientras que en Cataluña representaban el 61,28% del total de la producción del estado. Poco menos de medio siglo después, en 1900, las industrias alimentarias españolas cubrían el 40,33% de la producción fabril frente a un 26,67% de las textiles. Cataluña, por su parte, mantenía la hegemonía del textil con el 56,77% de su producción fabril frente al 16,04% de la producción alimentaria.<sup>51</sup> En su estudio sobre el desarrollo de la producción de género de punto en Cataluña, Montserrat Llonch Casanovas demuestra que el predominio del textil se evidencia por el hecho de que a inicios del siglo XX el sector sumó entre el 75% y el 95% del valor agregado bruto de la industria catalana, índices mantenidos hasta 1935.<sup>52</sup> La exposición, por lo tanto, mostró una estructura fabril (alimentaria, artes gráficas y prensa, así como textil basada en el algodón) que Borja de Riquer, en coincidencia con Pierre Vilar, ha descrito como típica de una economía atrasada.<sup>53</sup> La naturaleza de los productos con los que España pretendía mostrarse al mundo no pasó desapercibida a quienes debían ser los representantes de esta política de expansión mercantil, tanto que Luis Ferrer Vidal, presidente del Fomento del Trabajo Nacional, afirmó: "repito que no me forjo ilusiones. Sé que para que exista exportación es preciso disponer de productos *exportables*, es decir, que posean la necesaria fuerza de penetración en los mercados extranjeros; fuerza de penetración que consiste en que á igualdad de precio sean mejores ó que á igualdad de bondad sean más baratos; sé que desgraciadamente son pocos los productos españoles manufacturados que posean esta fuerza considerados en el mercado universal".<sup>54</sup>

### CUADRO 3: PRODUCTOS DONADOS PARA LA EXPOSICIÓN DE 1903 EN BARCELONAS

<i>Industria o profesión que realiza la donación</i>	<i>núm. donantes</i>	<i>% total</i>
Accesorios de música, composiciones, partituras	13	2,5
Accesorios: boinas, gorras, guantes, alpargatas, impermeables y paraguas, abanicos, cepillos y peines, estuches, objetos de adorno, joyería y bisutería	13	2,5
Aceites	12	2,3
Aguas minerales y carbónicas	7	1,3
Nuevas industrias: alambres, artículos de plomo, aparatos de acetileno, bujías, cables eléctricos, carbones eléctricos	8	1,5
Almidón	1	0,2
Armas	6	1,2
Bandurrias	2	0,4
Básculas y balanzas	2	0,4
Calzado	7	1,3
Conservas	14	2,7

<sup>51</sup> Albert Carreras, *op. cit.*, p.259-296.

<sup>52</sup> Montserrat Llonch Casanovas, *El gènere de punt a Catalunya i Mataró*, p.39.

<sup>53</sup> Borja de Riquer Permanyer, *Conèixer Catalunya*, p.8-12.

<sup>54</sup> "Embajada Comercial Española á América" de Permanyer Nogués. *RM*, III, núm. 23, (04-10-1903), p.235-239, el énfasis es del original.

Construcciones de madera y muebles	4	0,8
Cristales y vidrios	4	0,8
Cueros y curtidos	3	0,6
Estatuaria, esculturas y cerería religiosa y civil	16	3,0
Hojalatería, platería, molduras	3	0,6
Instrumentos clínicos	3	0,6
Libros (escritos, impresos, litografías y fotografías)	129	24,9
Loza, cerámica, azulejos, porcelana, tejas, mosaicos, barro cocido, cemento, tierra refractaria	20	3,9
Mecheros y naipes	2	0,4
Vinos, aguardientes y licores	84	16,2
Papel	11	2,1
Productos alimenticios: pimentón, sal, azafrán, pastas, frutas, chocolate y dulces	16	3,1
Productos de farmacia, perfumería, cremas, drogas, jabones	16	3,1
Tabaco	1	0,2
Tapas de corcho y toncles	4	0,8
Tejidos (lino, lana, algodón y seda), textiles, paños, pañuelos, pasamanería, toallas, mantas, blondas y tules, estampados, género de punto.	96	18,5
Objetos de goma y juguetes	2	0,4
Otros	19	3,7
Total	518	100

Fuente: Elaboración propia a partir de documentación citada en CUADRO 2.

La exposición permaneció abierta durante quince días y su repercusión sugirió a los editores de *Mercurio* la idea de reproducirla en Buenos Aires. Las corporaciones llevaron a su última consecuencia este proyecto, y obsequiaron los productos al vicepresidente argentino con la finalidad de romper con "la resistencia que ponen nuestros políticos y nuestros industriales á estudiar los lejanos países. Es preciso que nuestros industriales sepan, que si los ingleses, los alemanes y los italianos venden sus productos en remotos mercados, no es únicamente por la perfección ó baratura de los mismos, sino porque acuden á los lugares de comercio, y así aprenden á conocer las necesidades y gustos del mercado para satisfacerlos, las facilidades del negocio para aprovecharlas, y los obstáculos para vencerlos. El día que nuestros industriales se decidan á pasar el mar, sus productos irán en pos de ellos".<sup>55</sup> Este proyecto legitimó la pretensión expuesta por Rahola de viajar a la América meridional para estudiar los mercados y encauzar los negocios peninsulares, poniendo en evidencia, al mismo tiempo, el enorme desarrollo del capital asociado en el ciclo inversor finisecular. En efecto, las estadísticas de la Dirección General de Registro de finales de 1910 muestran su notable incremento entre 1886 y 1909, incremento

<sup>55</sup> "Discursos-brindis...". *RM*, III, (04-10-1903).

que no sólo se explica por la crisis financiera sufrida por el norte de España, sino también por el ingreso de capitales obtenidos en América, en particular en Cuba.<sup>56</sup> Los editores de *Mercurio* consideraban que el crecimiento numérico de las sociedades anónimas era la explicación suficiente del viraje de las políticas económicas ideadas por las corporaciones a partir del Tratado de París: en los trece años transcurridos entre 1886 y 1898, el promedio anual de las 12.288 sociedades constituidas fue de 945; de 1899 a 1909, es decir, después de la firma del pacto y a lo largo de un lapso de once años, se constata la fundación de 13.800 sociedades, en gran parte anónimas, seguidas a distancia por las comanditarias, con un promedio anual de 1.253 (CUADRO 4).<sup>57</sup> El éxito de las empresas ideadas por *Mercurio* debe ser valorado en este contexto de bonanza.

CUADRO 4: CAPITAL DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS, COLECTIVAS Y COMANDITARIAS EN ESPAÑA, 1886-1909 (CALCULADO EN PESETAS)

Período	Anónimas	%	Colectivas	%	Comanditarias	%	Total sociedades
1886-1898	1.884.000.000	74,5	459.018.154	18,2	183.502.507	7,3	2.526.520.661
Promedio anual	144.923.076,9		35.309.000,7		14.115.577,5		194.347.743,2
1899-1909	3.754.000.000	82,3	494.364.594	10,8	312.898.529	6,9	4.561.263.123
Promedio anual	341.272.727,3		44.942.235,8		28.445.320,8		414.660.283,9

Fuente: Elaboración propia a partir de "Las Sociedades mercantiles en España", de Frederic Rahola. *RM*, año XIII, núm. 170, (20-02-1913), p.113-114.

#### 4. POLÍTICA MERCANTIL E INTERPELACIONES PARLAMENTARIAS

A mediados de 1903, la Compañía Trasatlántica —una de las principales anunciantes de *Mercurio*— asumió la tarea de conducir gratuitamente los productos españoles a Argentina con el apoyo del Centro de Navieros Aseguradores de Barcelona.<sup>58</sup> *Mercurio* formalizó a su vez una "comisión española" de carácter privado que quedó a cargo de Frederic Rahola y del diputado José Zulueta, misión que rápidamente fue bautizada con diversas denominaciones, tales como "embajada mercantil", "cruzada de ultramar" y, más tarde, "santa cruzada del Iberoamericanismo". El discurso de despedida ofrecido a los viajeros por Rodríguez Mendoza reforzó la idea de la misión mercantil como una continuación no violenta de la colonización: "en

<sup>56</sup> La defensa de la actividad empresarial y del capital asociado por parte de las corporaciones en estudio, en particular de las cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España, llevó a *Mercurio* a ponderar un estado de índole liberal. Baldomero Argente llegó a afirmar que "el Estado con tendencia socialista y las sociedades anónimas son absolutamente incompatibles dentro de la vida moderna". En "Las sociedades anónimas", de Baldomero Argente. *RM*, XI, núm. 139, (14-12-1911), p.554-555; también "Las Sociedades mercantiles en España", de Frederic Rahola. *RM*, XIII, núm. 170, (20-02-1913), p.113-114.

<sup>57</sup> Sobre este tema, véase Jordi Maluquer de Mores, *op. cit.*, p.140-141; también "Las Sociedades mercantiles en España", de Frederic Rahola. *RM*, XIII, núm. 170, (20-02-1913), p.113-114; *RM*, XX, núm. 350, (15-01-1920).

<sup>58</sup> Los productos, no obstante, tardaron un año en ser expuestos en Buenos Aires. *RM*, IV, núm. 33, (01-08-1904), p.190.



las empresas de la paz, como en las lides de la guerra”, puntualizó Rodríguez, “la confianza en el triunfo, cuando tiene lógico fundamento, conduce á las satisfacciones de la victoria”. Quienes llevaron adelante este proyecto intentaron, no obstante, ocultar sus verdaderas intenciones. Así, mientras Rahola se veía forzado a negar el espíritu de cruzada de la misión diciendo que una cruzada era, en realidad, un eco del deseo de conquista, Zulueta coincidía con él en que “no soñamos en conquistar sus mercados para explotarlos. Hoy eso ya no es posible, ni fue nunca conveniente. Las naciones que han colonizado, apoyándose en los empleados y en la fuerza, fracasaron por completo”.<sup>59</sup>

Como representantes de las principales entidades económicas de la península, Rahola y Zulueta contaron con la recomendación especial de los poderes públicos para llevar a buen puerto la primera misión comercial que llegó a las playas americanas después de décadas de incomunicación formal como consecuencia del proceso de independencia. Zulueta relata que cierto día del año 1903 José Puigdollers le invitó a celebrar con él una conferencia; luego de explicarle la suerte de “depresión moral” en que había encontrado en su último viaje a los españoles establecidos en Argentina, le consultó la idea de organizar una expedición comercial, “no para llevar un muestrario, sino con el desinteresado fin de levantar el espíritu de nuestros compatriotas, llevándoles la buena nueva, de la voluntad que teníamos de salvarnos”.<sup>60</sup> La característica fundamental de la misión mercantil fue la presencia exclusiva de la iniciativa privada. Años después, Rafael Vehils i Grau, secretario general de la Casa de América, definió lisa y llanamente a Puigdollers como el “pagador” de la embajada comercial al Plata, reforzando así el carácter privado de la misión.<sup>61</sup> La mano lenta y pesada del estado, diría Puigdollers en más de una ocasión, sólo podía poner en riesgo las iniciativas de los viajes mercantiles a América y la propia renovación del diálogo económico: “el comercio hispanoamericano ha constituido nuestra preocupación, y en él hemos puesto nuestras esperanzas, pero siempre convencidos de que para llegar a la deseada meta, más debíamos fiar en los esfuerzos particulares y colectivos, que en la acción del Estado”.<sup>62</sup>

Para concretar este proyecto, fue crucial el apoyo de los cónsules hispanoamericanos radicados en Barcelona, en especial del cónsul uruguayo Antonio Sáenz de

<sup>59</sup> “La cruzada de ultramar” de Alfredo Vicenti. *RM*, V, núm. 43, (01-06-1905), p.471; *Las joyas de la industria española*. Barcelona: Mercurio Revista Comercial Iberoamericana, 1925. “El infiel marroquí”, de Frederic Rahola. *RM*, VII, núm. 62, (01-01-1907), p.1036; José Zulueta, *La restauración del solar patrio*, p.101. *Unión Iberoamericana*, órgano de prensa de la Unión Iberoamericana. Madrid: Imprenta de los Hijos de M. G. Hernández (en adelante *UJ*). Año XIX, (31-12-1905), Madrid, p.58.

<sup>60</sup> José Zulueta, *op. cit.*, p.100.

<sup>61</sup> Archivo de la Casa de América (ACA), Fondo Americano de la Biblioteca Josep M. Figueras, Carta de Rafael Vehils (Barcelona) a Rosendo Serra y Pagés (Madrid) (24-01-1912), en Caja de correspondencia “Misión Oficial”.

<sup>62</sup> “El comercio hispanoamericano” de José Puigdollers i Macià, *RM*, III, núm. 16, (04-03-1903), p.49; *Las joyas de la industria española*; *RM*, III, núm. 18, (04-05-1903), p.119; “Discursos-brindis...”. *RM*, III, (04-10-1903); “Comisión Española a la América del Sur”. *RM*, III, núm. 22, (04-09-1903), p.218; “La Feria de Barcelona y el ejemplo a seguir”, de Rafael Vehils. *RM*, XX, núm. 370, (21-10-1920), p.255-256; “Nuestra Exposición”. *RM*, III, núm. 17, (04-04-1903), p.92; “Embajada Comercial Española á América”, de Permanyer Nogués. *RM*, III, núm. 23, (04-10-1903), p.235-239, *RM*, III, núm. 25, (04-12-1903), p.288-289.

Zumaran que, en contraposición a la teoría de Monroe, sostuvo que América debía ser “para todas las naciones y mayormente para España, que nos dio el ser y de cuya noble raza descendemos”.<sup>63</sup> Fue particularmente significativa la presión ejercida por el diplomático chileno Manuel Rodríguez Mendoza, así como por el cónsul argentino en Barcelona, Alberto Gache, que acompañó a Mercurio durante el cuarto de siglo que duró su gestión en la ciudad condal. Gache recordaría muchos años después que la idea de llevar adelante la misión mercantil le fue comunicada por Puigdollers durante una reunión en la que coincidieron Zulueta y Rahola, así como un numeroso grupo de productores y comerciantes de Barcelona, lo cual aseguraba de por sí el apoyo empresarial.<sup>64</sup>

La promoción de Argentina y Uruguay tenía su razón de ser en la presencia de casas de comercio que representaban cuantiosos capitales, y Rahola y Zulueta se pusieron en marcha sabiendo que por entonces recorrían ambos países dos comisiones —una subvencionada por el gobierno italiano y otra por el estado británico— confiando, no obstante, obtener el apoyo de “la colonia española desparramada en la República del Plata, esos cuatrocientos mil patriotas, que constituyen el núcleo más grande y fuerte de españoles fuera de España”.<sup>65</sup> Cobijados por tan amplias expectativas, Zulueta y Rahola viajaron a la América meridional con una misión muy clara formulada por el alma máter del proyecto: averiguar las razones por las que los extranjeros podían disputar con ventaja mercados que los españoles consideraban naturalmente suyos, y hacer lo necesario para igualar a Europa y Estados Unidos en cuestiones de calidad y baratura de los productos, todo ello en nombre de la reciprocidad comercial y del “sentimiento de confraternidad que une nuestras almas por la comunidad de origen y la identidad de idioma que no han podido borrar todas las vicisitudes de nuestra historia colonial”.<sup>66</sup> La misión supuso la visita personal a las plazas mercantiles más importantes en compañía de Cayetano Fábregas y Rafart —delegado por el Colegio del Arte Mayor de la Seda de Barcelona, cuyo estudio fue publicado bajo el título *Impresiones de un viaje económico-comercial al Plata*— y de Pedro del Corral —representante de los productores vizcaínos, que se dedicó a levantar un informe sobre las maderas y la producción de hierro.<sup>67</sup>

<sup>63</sup> “Discursos-brindis...”. *RM*, III, (04-10-1903); “Los cónsules hispanoamericanos en Barcelona” de Mariano Viada, *RM*, XXV, núm. 503, (26-11-1925), p.311-312; *RM*, III, núm. 22, (04-09-1903), p.218.

<sup>64</sup> Para Alberto Gache, la posición española estaba plenamente justificada por la política de abrirse nuevos mercados: “¿no son los españoles los descendientes de aquellos árabes que desplegaron su genio creador lo mismo en las márgenes risueñas del Guadalquivir y del Tajo que sobre las orillas del Tigris ó del Nilo? Hoy, como aquellos árabes, ha envainado España su espada, y se halla en condiciones excepcionales de fomentar su comercio, sus industrias y sus artes, para brillar bien arte en el concierto de las naciones”, en Alberto Gache, *Federico Rahola* [énfasis del autor]. “Discursos-brindis...”. *RM*, III, (04-10-1903); *RM*, XXV, núm. 501, (29-10-1925); Frederic Rahola, “Prólogo”, Daniel Rivadulla Barrientos, *op. cit.* p.163.

<sup>65</sup> “Nuestro viaje a la América del Sur”, de Federico Rahola. *RM*, IV, núm. 27, (01-02-1904), p.32-33; “América y Barcelona”, de Manuel Escudé Bartoli, *RM*, II, núm. 7, (04-06-1902), p.116.

<sup>66</sup> “Comisión Española á Buenos Aires”. *RM*, III, núm. 21, (04-08-1903), p.194; “Cuatro años después de la embajada comercial”. *RM*, VII, núm. 68, (01-07-1907), p.1199; “Discursos brindis...”. *RM*, III, (04-10-1903).

<sup>67</sup> *Boletín del Colegio del Arte Mayor de la Seda de Barcelona*, Año I, núm. 1, (febrero de 1898).

La comisión fue recibida primero en Montevideo por Ricard Monner Sans y por los representantes de la Cámara Española de Comercio. Zulueta se vanaglorió tiempo después de haber sido "recibidos como príncipes", en gran medida porque el calificativo de embajada había servido para disimular "una gran prevención", manifestada por las autoridades americanas, reacias a aceptar tales "quijotadas". Al compás de la Marcha Real española, expresión de patriotismo que no pasó desapercibida para un republicano como Zulueta, en los muelles del puerto de Buenos Aires encontraron a los gobernantes argentinos y a ciudadanos peninsulares establecidos en la ciudad, como los hermanos Malagarriga, José Artal —por entonces director del Banco del Río de la Plata—, el pintor Meifrén, Rafael Escriña —conocido en el reino por la treintena de colonias agrícolas que venía fundando desde 1883 en las provincias de Santa Fe y Entre Ríos así como en los márgenes de la línea del Ferrocarril Córdoba-Rosario— y Rafael Calzada, a quienes se sumó el presidente del Club Español. Fue Escriña quien facilitó el contacto con Ezequiel Ramos Mejía, dirigente de la Sociedad Rural Argentina, y con el presidente de la Asociación Patriótica Española, e introdujo a los visitantes a la Casa de Gobierno para entrevistarse con el presidente de la nación, Julio Argentino Roca, y con los ministros de Negocios Extranjeros y del Interior.

Para llevar adelante la investigación sobre la potencialidad de los mercados argentinos y su capacidad de absorción de inversión española, la comitiva viajó por las ciudades más importantes del país (Rosario, Santa Fe, Roldán, San Justo, Colastiné —puerto donde se embarcaba el quebracho del Chaco y el trigo de numerosas áreas de Argentina—, Entre Ríos, Concordia) y visitó sus instituciones mercantiles más representativas. Concluido el semicírculo diseñado desde la capital, Zulueta y Rahola regresaron a Buenos Aires y fueron recibidos por uno de los corresponsales de *Mercurio* y antiguo ministro argentino, Estanislao Zeballos, así como por la Asociación de Viajantes del Comercio y de la Industria de Buenos Aires.<sup>68</sup> Desde la ciudad porteña trazaron otra ruta, esta vez hacia el sur y suroeste, incluyendo en primer lugar Bahía Blanca —a la que se dirigieron acompañados por Federico Cibils, Director de Comercio del Ministerio de Agricultura— la Pampa Central, Mendoza y Córdoba...

Al volver a España,<sup>69</sup> Rahola y Zulueta asumieron dos estrategias diferentes, una ligada al fomento de la actividad privada y otra más vinculada a la gestión pública, aunque ambos coincidieron en inscribir sus propuestas en la limitación del libre cambio en el comercio peninsular y la protección de la producción regional peninsular.<sup>70</sup> Rahola publicó *Sangre Nueva. Impresiones de un viaje a la América del Sur*

<sup>68</sup> *RM*, XXV, núm. 488, (30-04-1925), p.81-82; "Embajada Comercial Española a América", de Permanyer Nogués. *RM*, III, núm. 24, (04-11-1903), p.267-268; José Zulueta, *op. cit.*, p.101; "Embajada Comercial Española a América" de Permanyer Nogués. *RM*, III, núm. 24, (04-11-1903), p.267-268; *RM*, III, núm. 25, (04-12-1903), p.288-290; Asociación de Viajantes del Comercio y de la Industria de Barcelona, Junta General Ordinaria, 27-12-1903, Barcelona: Tipo-Litografía de José Casamajó, 1904.

<sup>69</sup> A su vuelta, Rahola y Zulueta eligieron Madrid para exponer una muestra de fotografías sobre Argentina, que puede verse en *RM*, IV, núm. 28, (01-03-1904), p.52-56.

<sup>70</sup> Alfonso Sala, Federico Rahola, y José Zulueta, *Documento Parlamentario*, p.55-57 y p.79.

—obra dedicada a Puigdollers—, y ofreció una conferencia en Bilbao para obtener el apoyo de comerciantes y productores en el proyecto de aumentar las exportaciones de textiles y vinos a una región de la que se podía extraer básicamente trigo, maíz, derivados de la carne y algodones, y en la que se debía competir con Italia.<sup>71</sup> Gache atribuyó a Rahola la formulación de las bases de la división internacional del trabajo: “veríamos en poco tiempo surcando los mares con rumbo al Plata y demás puertos de América numerosos trasatlánticos, con nuestros pabellones en los mástiles, conduciendo millares de emigrantes y productos de todas las regiones del Reino, retornando después a los puertos del Mediterráneo y del Cantábrico con las lanas, los cueros, el café, los algodones, para ser elaborados en nuestras fábricas, y los ricos cereales de las pampas y las jugosas carnes de los frigoríficos para alimentarnos”.<sup>72</sup> Esta prédica dio sus frutos; el cónsul argentino, Alberto Gache, encontró en la embajada comercial la causa directa de una transformación visible tanto en el aumento inmediato del intercambio mercantil (CUADRO 5) como en la llegada cada vez más frecuente de barcos españoles a los puertos de Montevideo y Buenos Aires (en enero de 1910, para dar sólo un ejemplo, de la treintena de vapores que dejaron España, doce tuvieron como destino el área rioplatense). Además, el vertiginoso ascenso del Banco Río de la Plata —institución creada en Buenos Aires en 1886 con un capital inicial de tres millones de pesos— convenció en 1909 a la burguesía catalana de la necesidad de instalar una sucursal en Barcelona. Por entonces, el capital del banco había sobrepasado los cincuenta millones de pesos, y funcionaba con catorce sucursales en Argentina, una en Montevideo y cuatro en las ciudades de Madrid, París, Génova y Londres.<sup>73</sup>

CUADRO 5: INTERCAMBIO MERCANTIL ARGENTINO-ESPAÑOL, 1902-1905  
(EN MILLONES DE PESETAS)

Año	Exportaciones españolas a Argentina	Exportaciones argentinas a España
1902	10.700.000	20.700.000
1903	17.100.000	22.400.000
1904	24.200.000	27.700.000
1905	30.000.000	43.900.000

Fuente: “Cuatro años después de la Embajada Comercial”. *RM*, año VII, núm. 68, (01-07-1907), p.1199.

El Diputado a Cortes por Vilafranca del Penedès, José Zulueta, por su parte, informó al Parlamento la política a seguir para reforzar el tráfico mercantil con América en general, y con Argentina en particular. Intentó determinar las bases de la

<sup>71</sup> “El libro de Rahola”, de Miquel de Sants Oliver. *RM*, V, núm. 42, (01-05-1905), p.428-429.

<sup>72</sup> Alberto Gache, *Federico Rahola*, p.19-20.

<sup>73</sup> Frederic Rahola, *Sangre Nueva*, Prefacio, p.7; y “Conferencia acerca de las relaciones...”, p.48; “Nuestra exportación a la Argentina: lo que es y lo que debe ser”. *RM*, X, núm. 145, (03 01 1910); también “Vinos generosos y espumosos en la Argentina”. *RM*, X, núm. 151, (01-04-1910); *RM*, 1X, núm. 90, (01-05-1909), p.1940.

política comercial para el desarrollo de las relaciones mercantiles, pero su interpelación no tuvo cabida en las deliberaciones parlamentarias. Profundamente contrariado, en marzo de 1904 decidió hacer pública su desilusión editando una carta dirigida a Segismundo Moret en *El Imparcial*, en la que se quejó de que la labor legislativa no respondía a las necesidades del país o, al menos, de su principal sector productivo y mercantil:

No hay ambiente en la Cámara para discutir las líneas generales de nuestra política comercial. El gobierno no tiene tampoco gran interés en ello. En cambio, encuentro en el país estímulos que confortan. Juzgo, pues, preferible aceptar cuanto antes las invitaciones que de provincias se me han dirigido para que explique mis impresiones en el viaje comercial á las Repúblicas del Plata, que hablar de limosna en el Congreso y esforzarme en recabar declaraciones concretas de un gobierno hondamente preocupado por la actitud del Sr. Villaverde y tan atento á proyecto de menguado alcance económico. Pero ¿qué mejor declaración del gobierno que su pasividad?<sup>74</sup>

La interpelación quedó durante meses condenada a la esterilidad, y no se logró la proyección legislativa de la política comercial pretendida por el diputado. *Mercurio*, como era de esperar, se hizo eco de la prédica de Zulueta y afirmó que "en punto a ideas y anhelos de regeneración, (España) está más adelantada que los hombres que tienen á su cargo los destinos de ella".<sup>75</sup> Paralelamente, Zulueta consiguió que el resto de los diputados de las minorías (Segismundo Moret, Alberto Rusiñol, M. Villanueva, Joaquín Llorens, R. Nocedal y Santiago Alba) firmasen una proposición de reformas, fijando la política mercantil con los países hispanoamericanos y asegurando el estímulo de las iniciativas privadas. La proposición estableció la necesidad de una relación constante entre las cámaras españolas de Comercio en Ultramar y los centros oficiales y comerciales del reino, así como la organización de museos de muestras y de sindicatos mercantiles a imitación del Sindicato Agrícola Español, sociedad protegida por el rey Alfonso XIII y por el Conde de Romanones.<sup>76</sup> El acuerdo de los diputados trató diversos temas, en particular la supresión de pasaportes, la revisión de las tarifas consulares, la eliminación de las cuarentenas en los viajes, el estímulo a los trabajos de reconstrucción de los puertos de Cádiz, Vigo y Barcelona, el establecimiento de depósitos francos, el fomento de la marina mercante con nuevas líneas de navegación (garantizando las subvenciones a la Compañía Transatlántica, así como el fomento de las líneas de transporte regular a Buenos Aires, Nueva York, América Central, Oriente e Inglaterra), el establecimiento de consulados españoles honoríficos en todos los centros comerciales americanos, la reorganización del cuerpo diplomático, y la colegiación obligatoria de los comerciantes en las cá-

<sup>74</sup> "Comisión comercial española a América". *RM*, IV, núm. 29, (01-04-1904), p.76-77.

<sup>75</sup> "Comisión comercial española a América". *RM*, IV, núm. 29, (01-04-1904), p.76-77.

<sup>76</sup> El Sindicato Agrícola Español fue un proyecto de Zulueta, Girona, Soler y Marcha y Novalés, destinado a fomentar la fabricación de maquinaria para los labradorees del reino. *RM*, VII, núm. 68, (01-07-1907), p.1227.

maras españolas creadas en el exterior.<sup>77</sup> La segunda interpelación al Congreso, esta vez secundada por Moret, tuvo lugar en julio de 1904, casi seis meses después del fracaso de la primera. Previendo la repetición de la situación producida en el mes de enero, Zulueta se encargó de afirmar en esta oportunidad que “no es el gobierno únicamente quien tiene que hacer cuanto está a su alcance para el desarrollo de nuestro comercio, sino también y por modo-especial los particulares”.<sup>78</sup>

En la memoria que presentó al gobierno, el ministro plenipotenciario argentino en España, Epifanio Portela, informó acerca de los esfuerzos de Zulueta en las Cortes y de su fracaso al tratar de conseguir para España un lugar más digno que el octavo que ocupaba en el ranking del comercio con Argentina. Extrañado por el retardo con que el gobierno español acusaba los efectos del Tratado de París, Portela puntualizó que el “plan de conquista” sólo contaba con el apoyo de las minorías parlamentarias y del ministro de Estado, Rodríguez San Pedro.<sup>79</sup> El rechazo a las propuestas de diputados como Zulueta en el seno del Parlamento se explica, entre otras razones, por su pertenencia a la minoría republicana y por la acusación de “revolucionario” que dirigieron a este último sus pares, en particular cuando se negó a sostener el déficit de los presupuestos de Estado con impuestos al contribuyente, reacción que volvió a repetirse al mantener su postura de protección del mercado interno durante los debates sobre el arancel en la Junta de Aranceles y Valoraciones, en los que intentó proteger lo que consideraba el “trabajo nacional”.<sup>80</sup>

En las elecciones de 1905, se incluyeron cinco representantes de los intereses económicos catalanes en el Parlamento: Alfonso Sala, primer conde de Egara, diputado por Terrassa y fundador de “Unión Monárquica Nacional”; José Zulueta, miembro de “Unión Republicana” y diputado por Vilafranca del Penedès en representación del sector agrícola, quien trazó líneas generales de lo que debía hacer el estado para encauzar la exportación; Eleuterio Delgado, diputado por Riaza (Segovia), director de la Compañía Arrendataria de Tabacos, y mayor interesado en la transformación de la estructura administrativa estatal; Ignacio Girona, presidente del Instituto Agrícola de San Isidro, por Barcelona; y Federico Rahola, diputado por Barcelona. Todos ellos, para Puigdollers, eran los interesados en llevar el pro-

<sup>77</sup> Interpelación del Diputado José Zulueta los días 5 y 8 de febrero de 1904 para determinar las bases de la política comercial, y presentación en el mes de junio de 1904 de los Diputados José Zulueta, Miguel Villanueva, Ramón Nocedal, Francisco Luiglesia, Leoncio Soler y March, Segismundo Moret y Prendergast. *Proposiciones al gobierno*. UI, XVIII, (31-10-1904), Madrid. También Discurso de Segismundo Moret y Prendergast en la sesión del 11-06-1904, Congreso de Diputados, en UI, XVIII, (31-10-1904), Madrid, p.92-95.

<sup>78</sup> “Propaganda comercial”. *RM*, IV, núm. 32, (31-07-1904), p.155-156.

<sup>79</sup> *RM*, IV, núm. 34, (01-09-1904), p.217; “Una memoria del Ministro plenipotenciario de la Argentina”. *RM*, IV, núm. 36, (01-11-1904), p.266.

<sup>80</sup> Zulueta perteneció a Unión Republicana hasta que esta última desapareció, afiliándose entonces al Partido Reformista. Diputado a Cortes, representó a Vilafranca del Penedès sin interrupción durante más de veinte años, de 1902 a 1923. Formó parte de la Comisión Directiva de la Agrupación Mutua del Comercio y de la Industria en colaboración con Fomento del Trabajo Nacional, y fue delegado del gobierno en las conferencias de la Sociedad de las Naciones en Ginebra. Realizó un viaje a Marruecos gracias al cual editó el libro *Los problemas del Rif*. *RM*, XXV, núm. 488, (30-04-1925), p.81-82; *BAVCIB*, XV, núm. 98, (marzo-abril 1920). José Zulueta, *La supresión del impuesto de consumos*, p.74 y 87.

blema económico a deliberación en el Parlamento: "otros diputados se sentarán en el Congreso, que sin ningún género de duda, colaborarán con los señores citados en los empeños de regeneración económica, pero ninguno hace del ideal económico, cual sucede con los cinco citados, el objetivo primordal de su campaña".<sup>81</sup>

Un año después, abocados a la defensa de la producción algodonera, tres de aquellos representantes (Alfonso Sala, Rahola y Zulueta) exigieron medidas proteccionistas desde diferentes plataformas ideológicas y políticas.<sup>82</sup> Alfonso Sala, por ejemplo, defendió su programa de protección industrial afirmando que "es preciso ser optimista y sobre todo, hacer lo que se hace hoy en todo el mundo [...] lo que desco es que se protejan las industrias que existen en el país, y las que puedan crearse. Creo que no puede ser ofensa para nadie decir que cuando veo por esas calles los escaparates, llenos de productos que pudieran fabricarse en el país, y que vienen del extranjero, siento verdadero sonrojo".<sup>83</sup> Zulueta, por su parte, hablaría del calvario de los hombres de negocios, espoleados por su victimario fundamental, el estado, el cual, lejos de proteger la iniciativa particular, presionaba al capital. Desde su pertenencia a la minoría republicana, José Zulueta propondría un modelo de gestión empresarial, con apoyo estatal, pero manteniendo, no obstante, la libertad de la iniciativa privada:

*En España tenemos necesidad de explotar los tres grandes elementos de riqueza que poseemos. Tenemos necesidad de avalorar toda la inmensa riqueza que se encierra en nuestro subsuelo; tenemos necesidad de sacar partido de nuestra posición geográfica, de lo que significa la costa servida por una marina floreciente. El Sr. Moret dice que esto ha de ser obra de la iniciativa individual. Conforme. Ya sabe el Sr. Morct, que desde el primer día que tuve el honor de hablar en esta Cámara, mi afirmación fue que no pedíamos al gobierno que hiciera nada á favor nuestro, sino que nos dejara hacer.<sup>84</sup>*

A pesar del escaso eco parlamentario, y como parte de los "esfuerzos de la iniciativa particular", la fórmula ensayada por la primera misión mercantil durante el periodo postcolonial fue repetida por *Mercurio*, que subvencionó el viaje de Amelio Brunet en representación de varias casas españolas, así como los reportajes de Baldomero Poli de Marca en Río de Janeiro y Sao Paulo; Pío Tassis y Antonio Campamá, y diversas exploraciones mercantiles a Cuba en 1909, 1916 y 1919; México en 1906; Brasil en 1907; Chile en 1908; y Uruguay y Argentina en 1912, 1915 y 1919, estos últimos efectuados por el director de la Casa de América y *Mercurio*, Rafael Vehils.<sup>85</sup> Vehils llegó a afirmar que "la penetración comercial de los mercados exte-

<sup>81</sup> "La política económica en las Cortes", de José Puigdollers i Macià. *RM*, V, núm. 47, (01-10-1905), p.589; "Diputados de significación económica". *RM*, V, núm. 47, (01-10-1905), p.602-603.

<sup>82</sup> Sobre los debates en torno al arancel de 1906, véase Borja de Riquer Permanyer, *Conèixer Catalunya*, p.11.

<sup>83</sup> Alfonso Sala, Federico Rahola, y José Zulueta, *op.cit.*, p.33 y 18.

<sup>84</sup> José Zulueta, *La supresión del impuesto de consumos*, p.189 [el énfasis es mío].

<sup>85</sup> *RM*, II, núm. 12, (01-11-1902), p.233; *RM*, V, núm. 44, (01-07-1905), p.506; *RM*, VII, núm. 68, (01-07-1907), p.1226.

rios corresponde en primer término a la iniciativa privada, siempre que los interesados en tal orden de operaciones, relaciones y negocios (productores e intermediarios) se percaten de que en nuestra sociedad contemporánea el hombre aislado es un ser indefenso”.<sup>86</sup> En este contexto, en 1905 la Federación Nacional de las Sociedades de Viajantes y Representantes del Comercio Español —presidida por Cheriols y Torrembó— tomó la iniciativa de enviar a diversos comerciantes, subsidiándolos con dinero procedente de la Cámara de Comercio de Barcelona y de algunas importantes casas mercantiles peninsulares. Estas visitas coincidieron con las de tipo cultural organizadas por la Junta de Ampliación de Estudios, organismo que garantizó los viajes a Argentina de Ortega y Gasset, Pi y Suñer, Rey Pastor y Cabrera, Rafael Altamira y Crevea, y Adolfo Posada.<sup>87</sup> Como vemos, la política de acercamiento con América no correspondió sólo a órganos públicos, sino particularmente a asociaciones de tipo privado.

Este cambio coincidió con el interés en la organización consular y diplomática, y con los proyectos de surtir los establecimientos consulares en el exterior con agentes comerciales, agrarios, financieros, sociales y de prensa. Dado que existía cierto consenso en que la exportación era el medio más normal y positivo de enriquecimiento del país por la introducción del oro extranjero, bien sea por beneficios netos en las ventas comerciales al exterior, bien en concepto de beneficios brutos, España se abocó a imitar los *Handelsattachés* alemanes, comisionados que desde 1871 eran enviados al oriente balcánico para fomentar el comercio e investigar la acción extranjera en los mercados que la burguesía descaba controlar. En 1917, Rafael Vehils pidió apoyo a Emilio Boix y consiguió que fuese nombrado comisionado comercial del Ministerio de Estado para elevar un informe sobre Argentina, Uruguay, Brasil y Paraguay.<sup>88</sup> En cumplimiento de la misión comercial encomendada, Boix redactó diversos estudios y confirmó que “la casi totalidad de las casas más importantes están establecidas en Buenos Aires, capital de la nación y puerto por el que entra la casi totalidad de las mercaderías de importación. También en Rosario de Santa Fe las hay y muchas independizadas de Buenos Aires y que efectúan sus compras directamente en el extranjero. El resto de las otras ciudades, puede decirse que, como el comercio del interior del país, dependen en absoluto de Buenos Aires”.<sup>89</sup> A su re-

<sup>86</sup> “Los Comisionados Comerciales en América”, de Rafael Vehils. *RM*, XX, núm. 363, (15-07-1920), p.171-172.

<sup>87</sup> *Las joyas de la industria española*. “Nuestra política económica exterior”. *RM*, XXII, núm. 422, (19-10-1922), p.292-293; *UI*, XIX, (31-12-1905), Madrid, p.58; *UI*, XXIII, núm. 11 (31-08-1909), p.6; “De un viaje a la Argentina” de Adolfo Posada. *RM*, XXII, núm. 406, (09-03-1922); “España en el Plata” de Francisco Vázquez Corcos. *RM*, XI, núm. 126, (15-06-1911), p.204-205; *RM*, XI, núm. 129, (27-07-1911), p.256-257.

<sup>88</sup> *RM*, XX, núm. 368, 23-09-1920; “La Feria de Barcelona y el ejemplo a seguir”, de Rafael Vehils. *RM*, XX, núm. 370, (21-10-1920), p.255-256; “Exposiciones. Ferias Españolas en América”, de Rafael Vehils. *RM*, XXI, núm. 383, (21-04-1921), p.85; Cayetano Rosich, por su parte, fue enviado a Chile, Bolivia y Perú, donde se encargó de fundar las cámaras españolas de comercio de los tres países, así como de solicitar el establecimiento de una línea de vapores españoles a las costas del Pacífico, en Carta de Justo Barnechea, presidente de la Cámara de Perú. *RM*, XXI, núm. 376, (13-01-1921), p.12.

<sup>89</sup> “El comercio de importación en Argentina, Uruguay y Paraguay”, de Emilio Boix. *RM*, XX, núm. 363, (15-07-1920), p.172-173.



greso a España después de dos años de labor en las repúblicas más meridionales de América, Boix escribió que los propios importadores españoles radicados en América no solían favorecer los productos de su país, y acusó que "salvo algún caso determinado no representa para ellos ninguna marca española un interés verdaderamente grande y de preocupación".<sup>90</sup> Italia volvía a estar presente una vez más en los temores, previsiones y proyectos de los españoles.

##### 5. LAS REPÚBLICAS DEL PLATA Y LA CÁMARA DE COMERCIO Y NAVEGACIÓN DE BARCELONA

En los debates sostenidos durante el "Congreso de la Exportación" realizado en Barcelona en 1908, el secretario de la Cámara Oficial de Comercio y Navegación de Barcelona, Bartolomé Amengual, ponderó la acción privada junto a la actividad estatal en el fortalecimiento de la exportación a través de la comparación con Inglaterra y Alemania. Amengual se quejaba de que desde el año 1891 España había sufrido un constante retroceso respecto de "la misma Italia", la cual había comprendido que el comercio no podía ser considerado ya un trabajo "servil y depresivo" sino la fuente de las riquezas en un mundo competitivo. La "conciencia nacional" que impulsaba Amengual, y que constituye el punto de partida de este trabajo, toma forma en el esfuerzo de comerciantes y productores por subsanar los errores cometidos durante décadas de supuesta desidia mercantil, lo cual suponía la formación de un "ejército comercial" y el fomento de las enseñanzas en los negocios para dominar el mercado mundial: "los pueblos no pueden mantenerse hoy estacionarios y á la defensiva", diría Amengual, para agregar que "si no quieren decaer, ser arrollados é invadidos por las fuerzas productivas de los demás países, empobrecerse y sucumbir, han de trabajar esforzadamente, asegurarse en lo posible el propio mercado, luchar siempre, seguir una política comercial agresiva, disputando sin tregua los mercados internacionales á los competidores".<sup>91</sup>

Durante ese primer decenio de frenética actividad de las corporaciones mercantiles, los balances comerciales americanos dieron una información paradójica: las relaciones del comercio españolas eran verdaderamente dispares si se diferenciaba entre la América "anglosajona" y la "latina". De acuerdo a las estadísticas de la Dirección de Aduanas, la diferencia en favor de la exportación a las antiguas colonias otorgaba al reino un lugar preferencial, siendo Argentina el principal mercado para los productos españoles, seguida por Cuba y México, y compensando así la balanza deficitaria que la unía a Estados Unidos. Los datos mostraron que las exportaciones peninsulares a América Latina se habían duplicado en relación a las importaciones de productos provenientes del área meridional continental: aceites, conservas de hortalizas y tejidos, eran los artículos privilegiados de ese tráfico (CUADRO 6).

<sup>90</sup> "Aceite de oliva", de Emilio Boix. *RM*, XXII, núm. 419, (07-09-1922), p.250-251.

<sup>91</sup> Bartolomé Amengual, *Informe sobre los Temas II y III*, p.5-6.

CUADRO 6: COMERCIO DE ESPAÑA CON AMÉRICA, 1910 (CALCULADO EN PESETAS)

<i>País</i>	<i>Importación</i>	<i>Productos</i>	<i>Exportación</i>	<i>Productos</i>	<i>Diferencia</i>
Argentina	40.551,019	Oleaginosas, maderas, animales, cuero	63.749,379	Cerámica, joyería, hierro, plomo, químicos, papel	+23.198,360
Bolivia	27,667	Cueros	34,755	Varios	+7,088
Brasil	11.322,795	Algodón, café, tabaco	2.085,859	Cementos, sal, vinos, aceites	-9.236,936
Colombia	674,271	Cuero, café, goma	2.008,230	Farmacia, tejidos, papel	+1.333,959
Costa Rica	18,953	Varios	952,144	Conservas	+933,191
Cuba	4.100,626	Maderas, cacao, tabaco	55.669,794	Metales, cerámica, cristal	+51.569,168
Chile	6.316,288	Químicos	7.923,280	Cristalería, químicos	+1.606,992
Ecuador	3.018,894	Cacao, café	791,799	Tejidos, calzado, conservas	-2.227,095
Guatemala	240,530	Café	114,486	Tejidos y varios	-126,044
Honduras	153	Varios	454,707	Aceites y varios	+454,554
México	5.689,759	Maderas, cuero, café	12.076,053	Cerámica, farmacia, tejidos	+6.386,294
Nicaragua	31,347	Varios	6,301	Varios	-25,046
Panamá	86,865	Cacao	4.435,633	Cristalería, metalistería, vinos	+4.318,768
Paraguay	46,569	Cueros	-	-	-46,569
Perú	1.791,984	Algodón, guano	967,654	Tejidos, papel, calzado	-824,330
Puerto Rico	6.594,381	S/d	3.530,743	S/d	-3.090,638
El Salvador	887,326	Añil, Café	323,035	Tejidos, varios	-564,291
R. Dominicana	66,971	Café y varios	658,206	Tejidos, aceites, varios	+591,235
Uruguay	5.236,240	Vegetales, despojos	9.673,914	Cristalería, cerámica, naipes	+4.437,674
Venezuela	7.116,894	Cacao, café	2.028,642	Tejidos, papel, aceites	-5.088,252
Subtotales	93.819,532		167.457,605		+73.638,133
CON EL RESTO DE AMÉRICA					
Estados Unidos	110.246,307	S/d	66.101,611	S/d	-44.144,696
Haití	17,865	S/d	706	S/d	-17,159
Poses. inglesas	4.691,662	S/d	2.106,709	S/d	-2.584,953
Poses. holand.	38,020	S/d	7,985	S/d	-30,035
Poses. danesas		S/d	56,557	S/d	+56,557
Poses. francesas	557	S/d	47,330	S/d	+46,773
Subtotales	114.991,411		68.320,898		-46.673,513
Comercio total España-América	208.813,943		235.778,503		+27.964,560

*Fuente:* Elaboración propia a partir de RM, año XI, (23-11-1911), Balance Hispanoamericano en 1910. También *Casa de América, Memoria de la Asamblea Española de Sociedades y Corporaciones Americanistas*, celebrada en Barcelona los días 16, 17, 18 y 19 de diciembre de 1911. "El intercambio hispanoamericano", de N. Oliván. RM, año XXVI, núm. 566, (11-03-1926), p.67-68.

Sin embargo, y a pesar de que los balances comerciales comenzaron a satisfacer a la burguesía peninsular desde los primeros años de la nueva centuria, la recuperación económica no permitió a España ganar el pulso a Alemania, Inglaterra y Norteamérica en la competencia por el comercio con América Latina. Al cerrarse la primera década del siglo XX, las corporaciones peninsulares comenzaron a preocuparse por el hecho de que, ascendiendo el comercio total de la República Argentina a 600 millones de pesos, España estuviese representada en él solamente por unos 9 millones. La conclusión de *Mercurio* fue tajante: había llegado el momento de competir con Norteamérica y "si nuestros industriales no se preocupan [...] entonces el perjuicio podría ser mucho mayor".<sup>92</sup> Otro elemento se presentaba en este análisis, y era la evidencia de que buena parte de la producción española era comprada por Francia e Italia y enviada como propia a América Latina. Fue tanta la sorpresa ante esta situación que el director de la sección comercial de *Mercurio*, Simeón Muguierza, redactó un libro dedicado a Argentina e inició un debate en torno a los productos españoles que salían por vía indirecta, en particular el aceite de oliva.<sup>93</sup>

La Cámara Oficial de Comercio y Navegación de Barcelona fue una de las corporaciones que más luchó por aumentar el intercambio más rentable que no perjudicara la balanza mercantil: el de Argentina con España. Este énfasis intentaba conjurar la actitud refractaria que había demostrado Argentina, al igual que otros nuevos estados, para firmar tratados mercantiles y compromisos que pudiesen menaguar su libertad de acción. El viaje a la América meridional realizado entre 1908 y 1909 por el presidente de la Cámara, Pedro Maristany (el mismo que en 1903 recibió al vicepresidente argentino Costa), sirvió para tomar conocimiento del estado económico de la región y de las necesidades que podían ser satisfechas por los productores españoles. Maristany —heredero de una de las más importantes casas de exportación de vinos catalanes, fundada por su padre, Francisco Maristany, en 1826, y conocedor de Argentina, Uruguay y Brasil— viajó a Montevideo y Buenos Aires con el objetivo corporativo de fomentar el intercambio de productos y reanudar las relaciones económicas y de "vencer las dificultades y triunfar en las crisis, sustituir los clientes y los mercados perdidos".<sup>94</sup> En Montevideo, fue recibido como invitado especial en una sesión extraordinaria de la Cámara Oficial del Comercio Española de Montevideo, y ocupó el lugar de la derecha en la presidencia de la corporación uruguaya al ser presentado a la asociación como representante de la cámara barcelonesa. Maristany apareció así como delegado del resto de Cámaras de Comercio de

<sup>92</sup> "Norteamérica y el comercio con la Argentina", de J. Dalmau Montaña. *RM*, XI, núm. 176, (30-03-1911), p.100-101; *RM*, XI, núm. 176, (30-03-1911); "Balance comercial hispanoamericano 1901-1909", de Simeón Muguierza. *RM* XI, núm. 170, (05-01-1911), p.3-4; *Boletín mensual de la Cámara Oficial de Comercio y Navegación de Barcelona, Revista dedicada al Estudio, Fomento del Comercio, de la Industria y de la Navegación*, (en adelante *BCOCNB*), XVI, núm. 174, (abril 1909).

<sup>93</sup> Simeón Muguierza Sáenz, *República Argentina*. Fue también director del "Diario de Comercio". Del mismo autor véase "Comercio hispanoargentino", en número especial dedicado "A la República Argentina", en *RM*, XIII, núm. 182, (07-08-1913), p.342-344; *RM*, XI, núm. 193, (23-11-1911), p.571-572.

<sup>94</sup> *BCOCNB*, XVI, núm. 172 (febrero 1909); XVI, núm. 174, (abril 1909); *RM*, II, núm. 7, (04-06-1902).

España, que poco tiempo antes se habían autoconvocado en el Congreso Económico de Zaragoza. El secretario de la Cámara de Montevideo sólo atinó a sostener que "importa hacer conocer á los comerciantes españoles la necesidad de que vengan á estos países á estudiar los mercados y las costumbres, para una vez en conocimiento de lo que les interesa, se lancen á la lucha comercial con pleno conocimiento del terreno que pisan".<sup>95</sup>

La red tejida por Maristany con importadores y exportadores se articuló con la de fabricantes peninsulares, según la Cámara, "en el sentido de establecer inteligencias con aquellos países, que puedan redundar en provecho de nuestra expansión económica sin concertar verdaderos tratados", es decir, manteniéndose en los límites de la actividad privada, lo cual no excluía la posibilidad de contar con apoyo estatal.<sup>96</sup> Para Maristany, en Argentina "seguramente, podremos colocar mucha mayor cantidad de géneros de los que exportábamos á Cuba. El conseguir este resultado depende principalmente de la acción privada; pero mucho corresponde hacer también al Estado para obtenerlo".<sup>97</sup> Los rubros promocionados por Maristany fueron los más tradicionales: vinos, aceites, conservas y tejidos. De regreso a Barcelona en marzo de 1909, Maristany ofreció los resultados de su viaje en los salones de la Casa Lonja del Mar de Barcelona, y ante una nutrida concurrencia de los miembros de la cámara que presidía. Proclamó también la necesidad de pisar el terreno y de "adquirir un mayor caudal de conocimientos [...] para transmitirlos á nuestros compatriotas en beneficio de los mismos y en provecho general de nuestra patria, tan escasa por desgracia de hombres verdaderamente progresistas".<sup>98</sup> Uno de los resultados inmediatos de su viaje fue la fundación en la ciudad condal de una sucursal del Banco Español del Río de la Plata, con la intención de encontrar una solución al problema quizá más grave del comercio español: la brevedad de los plazos concedidos a los compradores y la carencia de un verdadero banco de exportación, institución que recibió apoyo del estado recién a finales de la década de 1920.<sup>99</sup>

Esta política dio sus resultados. Mientras en 1902, antes del viaje de Rahola y Zulueta, el comercio hispanoargentino era de 30 millones de pesetas, en 1913 alcanzó los 189 millones. Como vemos en el CUADRO 7, de ese total, casi 40 millones correspondieron a las exportaciones españolas y poco más de 44 millones a la importación de productos argentinos, que equivalía a una cifra incluso superior al total del co-

<sup>95</sup> El Congreso de Zaragoza, realizado en 1908, contó con la presencia de diversas corporaciones, entre ellas la Cámara de Comercio de Buenos Aires, la de Barcelona, Fomento del Trabajo Nacional y el Centro de Viajantes y Representantes del Comercio de Barcelona. "Del viaje del Señor presidente", en *BCOCNB*, XVI, núm. 175, (mayo 1909). Este texto reproduce párrafos de *El Comercio Español*, el Boletín de la Cámara Oficial del Comercio Española de Montevideo.

<sup>96</sup> *BCOCNB*, XVI, núm. 172, (febrero 1909).

<sup>97</sup> *BCOCNB*, XVI, núm. 174, (abril 1909); XVI, núm. 178, (agosto 1909); núm. 180, XVII, (octubre 1910); núm. 183, (enero 1910).

<sup>98</sup> "Del viaje del Señor presidente", en *BCOCNB*, XVI, núm. 175, (mayo 1909); XV, núm. 170, (diciembre 1908).

<sup>99</sup> "El Vicepresidente de la República Argentina en Barcelona". *RM*, III, núm. 15, (04-02-1903), p.28-29; *BCOCNB*, XIII, núm. 142, (agosto 1906); XV, núm. 170, (diciembre 1908); XVI, núm. 172, (febrero 1909); XVI, núm. 174, (abril 1909); *BCCNB*, XXX, núm. 349, (diciembre 1923); XXXIII, núm. 380, (julio 1926), p.2.

mercio que España mantenía con Italia, Suiza, Holanda y las demás naciones europeas, exceptuando Francia, Portugal, Alemania e Inglaterra. Si consideramos que por entonces el valor total del comercio del puerto de Barcelona ascendía a 500 millones de pesetas, verificamos que Argentina representaba una quinta parte con un crecimiento notable en relación al año 1912, en que el total del intercambio mercantil había superado escasamente los 52 millones de pesetas.<sup>100</sup> Como afirmó el cónsul Gache, coincidiendo con los miembros de *Mercurio*, el intercambio hispano-argentino era la base de las exportaciones catalanas. Cataluña, además, proporcionaba una cuarta parte de las contribuciones al presupuesto del estado, y el censo de la población española del año 1910 señala que era la segunda de mayor densidad poblacional (148,46 habitantes por km<sup>2</sup>), superada sólo por Vizcaya (161,59 hab. por km<sup>2</sup>), en el marco de una España cuya densidad era de 39,44.<sup>101</sup>

CUADRO 7: RELACIÓN DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN HISPANOARGENTINA EN 1913 (EN PESETAS Y EN KG) Y PORCENTAJE DE SALIDAS Y ENTRADAS POR LOS PUERTOS ESPAÑOLES

Puerto	Importación de Argentina			Exportación a Argentina				
	Kilogramos	Pesetas	% puerto	Kilogramos	Pesetas	% puerto	Total pesetas	% puerto
Almería	-	-	-	95.258	40.239	0,0	40.239	0,0
Barcelona	242.276.518	44.647.588	48,2	32.795.759	39.728.078	41,2	84.375.666	44,6
Bilbao	33.066.979	5.113.392	5,5	7.019.688	5.426.305	5,6	10.539.697	5,6
Cádiz	15.651.669	2.437.984	2,6	63.130.105	15.608.384	16,2	18.046.368	9,5
La Coruña	39.126.061	5.939.653	6,4	276.966	341.624	0,3	6.281.277	3,3
Gijón	57.146.952	11.665.612	12,6	3.856.690	1.666.355	1,7	13.331.967	7,1
Las Palmas	22930.378	4.466.361	4,8	1.883.753	471.657	0,5	4.938.018	2,6
Málaga	3.504.000	523.560	0,6	12.039.239	6.909.673	7,2	7.433.183	3,9
Santander	16.228.484	2.434.272	2,6	169.850	109.954	0,1	2.544.226	1,3
S.C. Tenerife	3.640.636	728.642	0,8	996.903	281.131	0,3	1.009.773	0,5
S. Sebastián	23.997.173	3.766.281	4,1	8.992.680	4.680.409	4,9	8.446.690	4,5
Sevilla	21.844.982	3.275.544	3,5	4.795.314	4.675.143	4,8	7.950.687	4,2
Torrevieja	-	-	-	44.065.800	352.526	0,4	352.526	0,2
Valencia	36.412.102	4.637.388	5	27.560.926	9.923.910	10,3	14.561.298	7,7
Vigo	10.706.111	1.901.082	2,1	5.412.598	6.213.870	6,5	8.114.952	4,4
Villagarcía	6.758.000	1.081.280	1,2	-	-	-	1.081.280	0,6
Total	533.290.045	92.618.643	100	213.091.529	96.429.211	100	189.047.847	100

Fuente: Elaboración propia a partir de Alberto GACHE. *España progresiva*, p.26-33.

<sup>100</sup> RM, XIV, núm. 209, (20-08-1914), p.354-355. Alberto Gache, *España progresiva*.

<sup>101</sup> *Anuario Estadístico de España*. Madrid: Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes, Dirección General del Instituto Geográfico Estadístico, Imprenta de los Sobrinos de la Sucesora de M. Minuesa de los Ríos, Año II, (1915). Sebastian Balfour, *op. cit.*, p.87.

Cabe agregar que el estado español colaboró en este proceso de vinculación al obligar a las cámaras radicadas en América a sostener muestrarios de productos peninsulares y a informar puntualmente a los comerciantes del reino de las vicisitudes y necesidades de los mercados locales. Como señala Serrano, gran parte de la labor de las cámaras fue orientada por el gobierno al concederles el carácter de "oficial".<sup>102</sup> España, sin embargo, debió competir duramente con otros países europeos que contaban con sus propias corporaciones en países americanos. En efecto, durante las primeras décadas del siglo XX, el número de cámaras de comercio extranjeras establecidas en América y Filipinas, excluyendo las españolas, llegó a casi un centenar. Unas 27 Cámaras, es decir, el 31% del total, se establecieron en Estados Unidos, 15 en Argentina (17%), 8 en Chile (9%), 9 en México (10%) y 6 en Uruguay (7%).<sup>103</sup> El aprovechamiento de la infraestructura proporcionada por este tipo de entidades de carácter oficial pero sostenidas casi exclusivamente con fondos de sus miembros asociados, fue una deuda pendiente para España durante las primeras décadas del siglo XX. Las cámaras españolas de comercio se fueron fundando con enorme lentitud a partir de la creación de esta figura por Real Orden de 1886 —como fue el caso de Argentina y de Estados Unidos en 1887—, y sus posibilidades de competir con los comerciantes de otros países europeos estuvieron francamente limitadas, ello sin contar con las restricciones impuestas a la nacionalidad de sus miembros (casi todos ellos españoles), lo cual limitaba la presencia de los descendientes directos de peninsulares nacidos en América en estas corporaciones (CUADRO 8).

CUADRO 8:

CÁMARAS ESPAÑOLAS DE COMERCIO EN AMÉRICA Y FILIPINAS FUNDADAS ENTRE 1887 Y 1923, POR CLASE DE NACIONALIDAD EXIGIDA A SUS MIEMBROS

<i>País</i>	<i>Sede</i>	<i>Fundación</i>	<i>Nacionalidad miembros asociados y fundadores</i>
Argentina	Buenos Aires	1887	Españoles e hijos de españoles
Estados Unidos	Nueva York	1887	Españoles, hijos de españoles y todas las nacionalidades
Filipinas	Manila	1899	Españoles
Uruguay	Montevideo	1901	Españoles e hijos de españoles
México	Ciudad de México	1912	Españoles
Venezuela	Caracas	1913	Españoles y venezolanos
Cuba	Habana	1914	Españoles
Colombia	Bogotá	1916	Españoles
Brasil	Río Janeiro	1916	Españoles
Chile	Valparaíso	1919	Españoles e hijos de españoles
Ecuador	Guayaquil	1920	Españoles e hijos de españoles

<sup>102</sup> Carlos Serrano, *op. cit.*, p.229.

<sup>103</sup> RM, XX, núm. 361, (17-06-1920), p.157; *Organización de las Cámaras españolas de Comercio en Ultramar. Colegiación en ellas de comerciantes y productores españoles. Concurso del Estado: Primer Grupo del cuestionario General, 1º y 2º períodos*, Ponencias del Comité Organizador presentadas al Primer Congreso Nacional del Comercio Español en Ultramar, Barcelona-Madrid, Fascículo núm. 1, Sección núm. 1. Madrid: Ed. Gráficas Unidas, 1923, p.39-42.

Bolivia	La Paz	1920	Españoles e hijos de españoles
Brasil	San Pablo	1920	S/d.
Perú	Lima	1920	Españoles e hijos de españoles
Argentina	Rosario	1920	Españoles e hijos de españoles

*Fuente:* Elaboración propia a partir de *Organización de las Cámaras españolas de Comercio en Ultramar*. Colegiación en ellas de comerciantes y productores españoles. Concurso del Estado: Primer Grupo del cuestionario General, 1º y 2º períodos, Ponencias del Comité Organizador presentadas al Primer Congreso Nacional del Comercio Español en Ultramar, Barcelona-Madrid, Fascículo núm. 1, Sección núm. 1. Madrid: Ed. Gráficas Unidas, 1923. También *RM*, año XX, núm. 363, (15-07-1920), p.177.

Los datos estadísticos sobre la población inmigrante en Argentina dieron elementos para pensar en el aprovechamiento del contingente de españoles, conocido también como "colonia flotante". Entre 1870 y 1886 llegaron a Argentina más de 600 000 personas, con una significativa diferencia que se mantendría a lo largo de las primeras décadas de la siguiente centuria. Así, mientras que los italianos representaban el 64,64% del total, los españoles sólo eran el 13,36%, seguidos por los naturales de Francia (10%).<sup>104</sup> La salida de población española fue escasamente incentivada por Mercurio, a excepción de la de carácter temporal, denominada "golondrina", pero es visible el interés por beneficiarse de los logros de los emigrantes radicados en Argentina que, por otra parte, competían con los italianos en las actividades claves del comercio local —como puede verse en el CUADRO 9— incluso por encima de los argentinos.

#### CUADRO 9:

##### PROPIETARIOS INDUSTRIALES Y COMERCIANTES SEGÚN SU NACIONALIDAD EN LOS NEGOCIOS DE IMPORTACIÓN A FINALES DEL SIGLO XIX EN ARGENTINA.

<i>Nacionalidad de los propietarios en Argentina</i>	<i>Industriales</i>	<i>%</i>	<i>Comerciantes</i>	<i>%</i>
Argentinos	456	7,8	1163	12
Italianos	3378	58,1	5176	53,2
Españoles	707	12,1	1593	16,4
Franceses	806	13,8	898	9,2
Ingleses	67	1,2	145	1,5
Alemanes	98	1,7	196	2
Subtotal	5512	94,7	9171	94,3
Total propietarios	5815	100	9728	100

*Fuente:* Elaboración propia a partir de José PUIGDOLLERS I MACIÀ. *Memoria geográfich-estadística de la República Argentina*, p.21.

<sup>104</sup> Frederic Rahola, "Prólogo", p.13. "Discursos-brindis...". *RM*, III, (04-10-1903); *RM*, X, núm. 105, (01-08-1910), p.268; "Embajada Comercial Española a América". *RM*, III, núm. 25, (04-12-1903), p.288-289; también Frederic Rahola, *Sangre Nueva*, p.97 y 117. Sobre las características demográficas, véase Vicente Pérez Moreda "La población española"; José Puigdollers i Macià, *Memoria geográfich-estadística de la República Argentina*; Rafael Vehils, *Banco Exterior de España*; *RM*, XXV, núm. 500, [número especial por las bodas de plata], (15-10-1925), p.243-286; *RM*, XXII, núm. 417, (10-08-1922), p.211.

El temor a la italianización del Plata se convirtió en algunas ocasiones en una verdadera obsesión. Rahola y Puigdollers llevaron adelante el proyecto de recuperación de los peninsulares establecidos en Argentina, pensando que servirían para limitar la presencia de otras potencias europeas competidoras, en particular Italia. Para conseguir estos objetivos, una de las fórmulas fue la fundación en Barcelona del Centro Jurídico Iberoamericano, sociedad mercantil constituida por abogados y comerciantes que funcionaba junto al Crédito Iberoamericano y en el mismo edificio donde se editaba *Mercurio*. La sociedad se encargaba de practicar toda clase de averiguaciones e informaciones relativas a la existencia, estado y situación de personas, bienes y derechos de españoles emigrados a América y de americanos residentes en España, en particular en cuanto a testamentarias, intervención en los concursos, quiebras y suspensiones de pagos, así como asuntos de propiedad industrial, cobro de créditos, expedientes de jurisdicción voluntaria, nombramiento de administradores, obtención de documentos en las oficinas públicas y registro de escrituras. Posteriormente derivó en el Instituto Jurídico Iberoamericano, con oficinas en Madrid y Barcelona, que fue dirigido por Baldomero Argente del Castillo, abogado del Ilustre Colegio de Madrid, y por Mariano Viada y Viada, abogado del Ilustre Colegio de Barcelona, y que sirvió para compensar los riesgos y las dificultades que corrían los comerciantes y productores para hacer efectivos los créditos y tramitar los pleitos surgidos por los negocios con América.<sup>105</sup>

Por entonces se calculaba que en el continente americano había ya un millón y medio de españoles, los cuales en gran parte carecían de representación legal o figuraban como prófugos en su país de origen. Muchos de ellos comenzaron a ser calificados como los verdaderos orientadores de la política exterior peninsular, como el prototipo del "triunfador". La marginación de estos españoles establecidos fuera del reino hizo que Rahola y Zulueta intentaran ponderar el trabajo de algunos de sus compatriotas, como Rafael Calzada, Toribio Sánchez, el Conde de Casa Segovia y López de Gomara (director de *El Diario Español* en Buenos Aires). Algunos de ellos fueron finalmente elegidos como representantes en las Cortes del reino: Rafael Calzada fue proclamado candidato a diputado por la Unión Republicana en 1905, y Gonzalo Segovia fue nombrado diputado a Cortes por Estepa.<sup>106</sup> También se contempló el contacto con los españoles y sus descendientes nacidos en Argentina, por una razón muy obvia: así como los italianos enviaban aproximadamente 500 millones de libras anuales en remesas a sus pueblos de origen, España también de-

<sup>105</sup> El organismo giraba bajo la razón social de "Puigdollers, Bertrán, Verdaguer y cía", y eran socios colectivos Narciso Verdaguer, Puigdollers, José Bertrán y Mustu (ministro de Hacienda en torno a 1920, además de creador de un servicio de espionaje a favor de Franco durante la guerra civil), Francisco Cambó, Juan Antonio Güell y Frederic Rahola: *RM*, III, 1903. *RM*, III, núm. 17, (04-04-1903), p.88; *RM*, IV, núm. 26, (01-01-1904); "La crisis de la democracia y la ruina de la clase media". *RM*, XXIII, núm. 453, (27-12-1923), p.403-404.

<sup>106</sup> "Los españoles de Ultramar a las Cortes". *RM*, V, núm. 46, (01-09-1905), p.557; *RM* V, núm. 40, (01-03-1905), p.388; "Españoles que han triunfado en América". *RM* V, núm. 44, (01-07-1905), p.502-503; "La vuelta a la patria. Indulto a los prófugos". *RM*, VI, núm. 56, (01-07-1906), p.861; "Diputados americanistas". *RM*, VII, núm. 66, (01-05-1907), p.1161.



pendía de giros del Banco Español del Río de la Plata que, en ocasiones, salvaban "de la miseria á muchos pueblos".<sup>107</sup> El ahorro de los emigrantes representaba cada año una cosecha supletoria, sobre la que todavía no se han hecho estudios en profundidad, pero de la que han quedado algunos vestigios de testigos radicados en ciudades del interior de Argentina. Uno de ellos, Antonio B. Pont, establecido en Corrientes, afirmó que "gran parte de la prosperidad de la Italia actual se debe á los capitales conquistados por los que de ella emigraron á la Argentina".<sup>108</sup> Otro tanto escribió en *Mercurio*, José Dalmau Montaner, radicado en Bahía Blanca: "esa corriente emigratoria es ya una fuente de riqueza para el país [...] en 1909 los emigrados de la Argentina enviaron á España más de cien millones de pesetas".<sup>109</sup> Rahola llegó a postular la emigración a América como una simple y moderna prolongación de la tierra de origen:

La emigración es un fenómeno propio de los tiempos modernos. Antes existía la irrupción de pueblos, el éxodo forzado que ponía en movimiento una muchedumbre de individuos [...] esta emigración producía choques o guerras [...] las naciones que tienen emigración y que no pueden remediar las causas que la provocan, están grandemente integradas en encauzarla, dirigiéndola á sus colonias, cuando poseen colonias ó a una nación que tenga afinidad con su raza, en el caso de que no las tengan [...] de esta manera se abren seguros mercados á las naciones que carecen de colonias [...]. *Nuestro porvenir comercial en Filipinas está amenazado de muerte, precisamente por la falta de población española que mantenga allí nuestro predominio moral.*<sup>110</sup>

## 6. CONCLUSIONES

El proyecto de realzar el concepto del comercio en la conciencia pública es el contexto explicativo de las experiencias que renovaron los aires finiseculares españoles. El proyecto de recuperación y de impulso a la exportación tuvo varias aristas: la enseñanza comercial a través de la gestión sistemática de las cámaras de comercio; el envío de jóvenes al extranjero y el conocimiento de los países a los que se pretendía exportar; el fomento de la asociación privada así como la instalación de oficinas de

<sup>107</sup> "Italia permite otra vez la emigración a la Argentina", de Federico Rahola. *RM*, núm. 158, (05-09-1912), p.269. Véase al respecto Jordi Maluquer de Motes. *op. cit.*, p.130 y 153, quien habla de la transferencia de ahorros de emigrantes españoles en el extranjero, a la que se sumó la repatriación de las ganancias acumuladas en Antillas y Filipinas. En palabras de Elías de Molins en su obra *La crisis de Estado y sus remedios*, Estudio social y económico (Barcelona, 1904), corrió "un abundante río de oro" que habilitó el ciclo inversor de principios del siglo XX. También "La transformación de la República Argentina", de J. Vieyra Latorre. *RM*, XI, núm. 183, (06-07-1911); "Servicios marítimos hispano argentinos", de Simeón Muguerra, *RM*, X, núm. 152, (16-04-1910); núm. 154, (16-05-1910); "La expansión comercial de Cataluña", de Frederic Rahola. *RM*, XI, núm. 189, (28-09-1911).

<sup>108</sup> Antonio B. Pont, *Memoria que dirige*, p.108. "Ante la guerra. Perspectivas para España", de Federico Rahola. *RM*, XIV, núm. 212, (01-10-1914), p.397-398.

<sup>109</sup> *RM*, X, núm. 147, (01-02-1910); un exhaustivo trabajo sobre la emigración española a Cuba, Estados Unidos y Argentina en Blanca Sánchez Alonso, *Las causas de la emigración española*.

<sup>110</sup> "La emigración moderna", de Frederic Rahola. *RM*, III, núm. 14, (04-01-1903), p.2-3 [el énfasis es mío]; *RM*, V, núm. 41, (01-04-1905).

comercio en el exterior; la presencia constante de especialistas en los mercados internacionales como modo de asegurar la penetración mercantil y la obtención de informes documentados; el mantenimiento de escuelas para viajeros por cuenta de las corporaciones económicas o de grupos de industriales y comerciantes. Estas propuestas volvieron a repetirse durante el Segundo Congreso de Geografía Colonial y Mercantil, realizado en Barcelona en 1913, donde viajeros, representantes y agentes aparecen como los ejes de la reconstrucción mercantil, acompañados de dos fórmulas: la organización de exposiciones y depósitos, así como la proyección de "misiones comerciales", cuyo ejemplo durante décadas fue la embajada comercial que Rahola, Zulueta y Fábregas Rafart realizaron a principios del siglo XX.<sup>111</sup>

Frederic Rahola sería uno de los primeros en advertir que "puesto que nuestro objeto principal se encamina ahora a la penetración pacífica [...] para ello debemos contar como medio principal con el comercio", y redefinir la producción local para adecuarla a las exigencias de los mercados. Ésta fue a su vez una de las premisas del Ministerio de Fomento, interesado en reforzar la política de expansión comercial española. Lejos quedaban los tiempos que habían fundado el orden colonial: el dominio territorial fue sustituido por el dominio del mercado, mientras los comerciantes reemplazaban a los misioneros en la política de penetración. Para Rivera Barrientos, el "regeneracionismo" gobernante español se inscribe en la corriente hispanoamericanista posterior a 1898, la cual contó entre sus filas con grupos independientes, como el vasco y el catalán, decididos a llevar adelante iniciativas privadas y a enviar delegaciones comerciales a América. El viaje de José Zulueta y Frederic Rahola a Argentina en 1903 encuentra justificación en esta política que intentaba romper con un modelo mercantil ligado a fórmulas percibidas como tradicionales y antiguas.<sup>112</sup>

América Latina fue, de esta manera, conocida por los comerciantes y empresarios españoles gracias a diversas misiones comerciales y de estudio de mercado, una abundante literatura, comunicaciones constantes de los cónsules y de los compatriotas allí establecidos, así como por un gran número de noticias insertas en revistas y otros periódicos extranjeros aliados a esta política expansiva. La "penetración" sería cultural y económica, ejercida a través de la representación diplomática, consular y financiera. El clamor de la burguesía, expresado en boca de uno de los directores de *Mercurio*, Mariano Viada, era que "una nación europea sin colonias es una nación muerta, ya que no podrá nunca dar cima al enunciado económico de 'bastarse a sí misma'".<sup>113</sup> Este era el proyecto real de una burguesía que buscó en la

<sup>111</sup> Bartolomé Amengual, *op. cit.*, p.37. *Programa General del Segundo Congreso Español de Geografía Colonial y Mercantil*, 10-15 de noviembre de 1913. Barcelona: B. Tobella Impresor. Véase en particular el *Suplemento del Programa General del Segundo Congreso Español de Geografía Colonial y Mercantil*. Barcelona: Imp. de Bayer hermanos, 1913, donde se reseña la participación de miembros de la Casa de América y la intencionalidad de la asociación de suplir la estructura colonial con un diseño mercantil.

<sup>112</sup> "El infiel marroquí", de Frederic Rahola. *RM*, VII, núm. 62, (01-01-1907), p.1036; Daniel Rivadulla Barrientos, *op. cit.*, p.153, 163 y 168.

<sup>113</sup> *RM*, XXVI, núm. 570, (06-05-1926), p.131-132.

reforma mercantil la fórmula para recuperar la hegemonía política perdida. Las comisiones y representaciones mercantiles fueron lentamente sometidas a la tutela oficial, que encauzó sus actuaciones dentro de la competencia técnica y moral, en el marco de la reglamentación de las cámaras de comercio, industria y navegación del reino. El caso más gráfico es el del periodista Enrique Domínguez Rodiño, quien gracias a sus conexiones con el periódico *La Vanguardia* de Barcelona y *El Imparcial* de Madrid, fue designado comisionado comercial en América por el gobierno en 1921 para informar acerca de los medios necesarios para fomentar las relaciones económicas hispanoamericanas.<sup>114</sup> Otro ejemplo lo constituye el Real Decreto de 1926, que estableció la asociación oficial de agentes mercantiles como agrupación en cada provincia de más de cincuenta socios, bajo inspección inmediata de las cámaras oficiales de comercio.<sup>115</sup> Así, de la mano de los proyectos mercantiles, América Latina pasó a ocupar una dimensión concreta en la definición, simbolización y organización del espacio. La embajada mercantil a Argentina, así como la promoción comercial desarrollada por la *Revista Iberoamericana Mercurio*, deben ser explicadas y comprendidas en el marco de este proceso de regeneración económica que en Cataluña llevó adelante la Lliga Regionalista, así como el Ateneo Barcelonés, el Instituto Agrícola San Isidro, la Liga de Defensa Industrial y Comercial, Fomento del Trabajo Nacional, Amigos del País; es decir, partido y corporaciones formadas por industriales y comerciantes que buscaban romper con el monopolio de los partidos conservador y liberal.<sup>116</sup> El título elegido por Rahola para describir esta transformación no puede ser más alegórico: *Sangre Nueva. Impresiones de un viaje a la América del Sur*, con el que intentaba reflejar las intenciones de este grupo burgués catalán en la zona más meridional de América, espacio que sirvió de plataforma para las pretensiones mercantiles del sector industrial, ligado fundamentalmente al algodón. España redefinió sus estrategias políticas internacionales al perder sus últimas colonias insulares, y el nuevo reparto del mundo contó con América Latina como un espacio factible de ser recuperado para su antigua "Madre Patria", ahora mediando el respeto a las recientes soberanías. Mientras este proceso territorial tomaba forma, en la propia América las fronteras se expandían hacia territorios contiguos pero hasta entonces periféricos y, en general, ocupados por población indígena. Fue precisamente por esos territorios "ganados" recientemente por el estado nacional en construcción por los que Frederic Rahola viajó en 1903 junto a su comitiva y rodeado de la "elite" local.

<sup>114</sup> "Relaciones económicas entre España y los países de América", de Enrique Domínguez Rodiño. *RM*, XXIII, núm. 431, (12-02-1923), p.54-56.

<sup>115</sup> *BCCNB*, XXXIII, núm. 374, (enero 1926).

<sup>116</sup> Borja de Riquer Permanyer, *Conèixer Catalunya*, p.49.

## BIBLIOGRAFÍA.

- ABELLÓ, Teresa [et. al.]. *La resposta catalana a la crisi i la pèrdua colonial de 1898*. Barcelona: Edicions 92: Generalitat de Catalunya, 2000.
- AMENGUAL, Bartolomé. *Informe sobre los Temas II y III al Congreso de la Exportación, presentación como Secretario de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Barcelona*. Barcelona: Tip. Viuda de Domingo Casanovas, 1908.
- BALFOUR, Sebastián. *El fin del Imperio español, 1898-1923*. Barcelona: Crítica, 1998.
- CARRERAS, Albert "Cataluña, primera región industrial de España". En: NADAL, Jordi; CARRERAS, Albert [dir. y coord.]. *Pautas regionales de la industrialización española (s. XIX y XX)*. Barcelona: Ariel, 1990, p.259-296.
- CASTEL, Jorge. *El restablecimiento de las relaciones entre España y las Repúblicas Hispanoamericanas, 1836-1894*. Madrid: Cuadernos de Historia de las Relaciones Internacionales y Política Exterior de España, 1955.
- DALLA CORTE, Gabriela. *Vida i mort d'una aventura al Riu de la Plata, Jaime Alsina i Verjés, 1770-1836*. Prólogo de Pilar García Jordán, Traducción de Ferran Moreno. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat: Departament de Governació i Relacions Institucionals, Direcció General de Relacions Exteriors de la Generalitat de Catalunya, 2000. (Biblioteca Serra d'Or)
- "La red social frente a la crisis del orden colonial: compensación judicial y vínculos de parentesco entre Buenos Aires y Cataluña". *Colonial Latin American Historical Review* [Albuquerque, USA: Spanish Colonial Research Center, Zimmerman Library, University of New Mexico] vol. 9, num. 3 (summer 2000), p.347-377.
- DELGADO RIBAS, Josep M. "Menos se perdió en Cuba'. La dimensión asiática del 98". *Illes i Imperis* [Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Departament d'Humanitats, Institut Universitari d'Història Jaume Vicens Vives], núm. 2, (primavera 2000), p.49-62.
- GACHE, Alberto. *España progresiva, Producción y comercio*. Barcelona: Imprenta Elzeviriana, 1914.
- *Federico Rahola*. Barcelona: Tipografía La Académica, 1919.
- JARDÍ, Enric. *El desastre colonial i Catalunya*. Barcelona: Pòrtic, 1999.
- LABRA, Rafael María de. *La intimidación iberoamericana. Discurso pronunciado en el banquete celebrado el 6 de noviembre de 1892 en honor a los publicistas y pedagogos de Portugal y las Repúblicas del Sur de América que tomaron parte en el Congreso Pedagógico Hispano-Portugués-Americano, verificado en Madrid en octubre de 1892*. Madrid: Librería de la viuda de Hernando y C. A., 1894.
- "Discurso". En: *Congreso Social y Económico Hispano-Americano reunido en Madrid el año 1900*. Tomo I. Madrid: Imprenta de los Hijos de M. G. I Hernández, 1902.
- LLONCH CASANOVAS, Montserrat. *El gènere de punt a Catalunya i Mataró. Modernització i desenvolupament d'un sector industrial*. Prólogo de Jordi Maluquer de Motes i Bernet. Mataró: Patronat Municipal de Cultura, 1997.

- MALUQUER DE MOTES, Jordi. *España en la crisis de 1898. De la gran depresión a la modernización económica del siglo XX*. Barcelona: Península, 2000.
- MUGUERZA SÁENZ, Simcón. *República Argentina. Su vida económica, comercio general. En especial con España, Francia e Italia. Presente y porvenir del comercio hispano-argentino*. Barcelona: Hijos de Domingo Casanovas, 1910.
- PEREIRA CASTAÑARES, Juan Carlos; CERVANTES CONEJO, Ángel. *Relaciones diplomáticas entre España y América Latina*. Madrid: Mapfre, 1992.
- PÉREZ MOREDA, Vicente. "La población española". En: ARTOLA, Miguel. *Historia de España*. Tomo I. Madrid: Alianza, 1988, p.345-431.
- PONT, Antonio B. *Memoria que dirige en nombre de la Sección de Relaciones Comerciales a los industriales españoles sobre el cultivo del algodón en la República Argentina y las ventajas que produciría el abrir para él en España un mercado de importación*. Barcelona: Casa de América, Presidencia de la Sección de Luis Ricra y Soler.
- PUIGDOLLERS I MACIÀ, José. *Memoria geográfica-estadística de la República Argentina*. Barcelona: Imprenta de la Renaixença, 1889.
- *Las relaciones entre España y América. Manera de fomentarlas. Informe ante la Subcomisión Internacional Permanente de Barcelona del Congreso Social-Económico Hispano-Americano en la sesión del 1 de febrero de 1902, según notas taquigráficas tomadas por Sebastián Farnés*. Barcelona: Imprenta Elzeviriana de Borrás y Mestres, 1902.
- *Comunicaciones internacionales de España*. Barcelona, 1906.
- RAHOLA I TRÈMOLS, Frederic. "Conferencia acerca de las relaciones mercantiles entre la costa cantábrica y las Repúblicas Sudamericanas". [Leida el 27-03-1904]. *Revista de Bilbao* [Bilbao: Unión Iberoamericana], 1904.
- *Sangre Nueva, Impresiones de un viaje a la América del Sud*. Barcelona: Tipografía La Académica, 1905.
- "Prólogo" a: GACHE, Alberto. *España progresiva, Producción y comercio*. Barcelona: Imprenta Elzeviriana, 1914.
- RIQUER PERMANYER, Borja de. *Conèixer Catalunya. Regionalistes i nacionalistes (1898-1931)*. Barcelona, 1979.
- *El último Cambó (1936-1947). La tentación autoritaria*. Barcelona: Grijalbo, 1997.
- RIVADULLA BARRIENTOS, Daniel. *La Amistad Irreconciliable. España y Argentina 1900-1914*. Madrid, 1992.
- RODRIGO ALHARILLA, Martín. *Los marqueses de Comillas, 1817-1925, Antonio y Claudio López*. Prólogo de Josep M. Delgado Ribas. Madrid: LID Editorial Empresarial, 2000.
- "El Banco Hispano Colonial y Cuba, 1876-1898". *Illes i Imperis* [Barcelona: Universitat Pompeu Fabra], núm. 4 (gener 2001), p.49-70.
- SALA, Alfonso; RAHOLA, Federico; ZULUETA, José. *Documento Parlamentario. Revisión Arancelaria. Discursos en el Congreso de los Diputados*. Terrassa: Tip. Litografía de M. Utset y Juncosa, 1906.

- SÁNCHEZ ALONSO, Blanca. *Las causas de la emigración española, 1880-1930*. Madrid: Alianza Universidad, 1995.
- SEMPERE, Antonio. *Historia de la Cámara española de Comercio de la República Argentina*. Buenos Aires: Edición de la Cámara, 1998.
- SERRANO, Carlos. *El turno del pueblo. Crisis nacional, movimientos populares y populismo en España (1890-1910)*. Barcelona: Península, 2000. [1ª ed. francesa, 1987].
- TORRES CAMPOS, Manuel. "Memoria como Catedrático de la Universidad de Granada, Miembro del Instituto de Derecho Internacional". En: *Congreso Social y Económico Hispano-Americano reunido en Madrid el año 1900*. Tomo II (Apéndices). Madrid: Imprenta de los Hijos de M. G. Hernández, 1902, p.13-28.
- VEHILS, Rafael. *Banco Exterior de España. Informe de Don Rafael Vehils para el crédito nacional peninsular*. Barcelona, 1928.
- VICENS VIVES, J.; NADAL, J.; ORTEGA, R. "América en la retina de los españoles". En: VICENS VIVES, J. [dir.]. *Historia Social y Económica de España y América*. Tomo IV: *Burguesía, Industrialización, Obrerismo*. Barcelona: Tèide, 1959, 2 vols., p.27-32.
- YÁÑEZ GALLARDO, César. *El americanismo de la burguesía catalana, 1898-1929: un proyecto imperialista*. Tesis de Licenciatura dirigida por José Luis Martín Ramos. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 1985. [Mecanuscrito]
- ZULUETA, José. *La restauración del solar patrio*. Prólogo de Mariano Viada i Lluch. Barcelona: Tipografía La Académica, 1920.
- *La supresión del impuesto de consumos, presupuestos del Estado para 1906. Discursos pronunciados en noviembre y diciembre de 1905*. Barcelona: Revista Mercurio, 1906.