

es *producir* pero no *crear*, lo cual le impide, de paso, despertar alguna chispa creativa en sus espectadores. Ofrecerá siempre “un poco para todos”, tratará de complacer todos los gustos y predisposiciones del gran conglomerado de consumidores al que sirve, limitándose inevitablemente a la mera narración de hechos y experiencias más que a su análisis o exploración.

El gran mérito de este libro de ensayos es (además de su admirable síntesis de la compleja problemática de la comunicación social contemporánea) su tono moralista. El autor no elude los juicios de valor mediante esa ficticia objetividad tan común en este género de trabajos. Analiza rigurosamente sus objetos de estudio —en ocasiones muy intangibles— desde una posición de compromiso, que él pone de manifiesto, y que es la del crítico de arte preocupado por la problemática social y no la del sociólogo pseudocientífico, temeroso de emitir juicios demasiado severos acerca de la cultura industrial contemporánea.

MARICLAIRE ACOSTA

HENDRIK DANE, *Die Wirtschaftlichen Beziehungen Deutschlands zu Mexiko und Mittelamerika im 19. Jahrhundert*, Köln-Wien. Böhlau Verlag, 1971 (Forschungen zur Internationalen Sozial und Wirtschaftsgechichte 1).

Aunque en el título del libro el autor menciona a México, Centroamérica y Alemania como formales entidades políticas del siglo XIX, la República Mexicana es la única de ellas de la que se puede decir que tenía unidad política. En el periodo que Dane estudia, de la independencia política hispanoamericana a la constitución del Imperio alemán, la nación alemana pasó de ser un conjunto de reinos, principados, ducados y ciudades libres que operaban cada uno por su cuenta a una confederación sujeta a la unión aduanera (Zollverein) y en Centro América había cinco repúblicas independientes. Con este deslinde geográfico político empieza el autor su estudio de los inicios de los contactos alemanes en los países de la América media y es este procedimiento de análisis el que Dane usa para ir sacando a luz los hechos, señalando sus semejanzas, diferencias o contrastes, preocupado sólo por detenerse en el límite temporal que se impuso en su estudio y lograr, en las conclusiones, una caracterización del comercio alemán con las seis repúblicas hispanoamericanas.

Al finalizar las guerras napoleónicas, después del bloqueo continental, los países europeos se apresuraron a buscar nuevos mercados para colocar sus manufacturas excedentes, precisamente cuando el comercio español con las antiguas colonias sufrió un fuerte quebranto. Las primeras relaciones comerciales las establecieron las ciudades libres (Hamburgo, Bremen, Lübeck) de la Liga hanseática, luego Prusia tuvo interés en comerciar directamente. Las relaciones tuvieron pues por objeto: vender en América productos europeos. Las diplomáticas, a las que también se refiere el autor fueron secundarias y convencionales, según si podían o no ser útiles a la promoción comercial. A este respecto Dane asienta que, en el conjunto de relaciones extranjeras de los nuevos países, las de los alema-

nes, aparecen en México, como respetuosas de la vida interna del país. En esta República, los comerciantes alemanes lograron provecho en las primeras décadas de su presencia en el país para ir perdiendo importancia, con los años, en el total del comercio extranjero. En cambio en Centroamérica, los alemanes, cuyas ganancias comerciales fueron pobres al principio, llegaron a tener cierta influencia política y pusieron las bases para un comercio que fue próspero después de 1870.

Dane señala claramente que los contactos fueron en beneficio comercial de los alemanes, pues los hispanoamericanos no tenían manufacturas que vender y el comercio de la plata estaba en manos inglesas. Los alemanes trajeron a México telas de lino, seda y algodón, mercería y artículos de hierro y acero y se llevaron colorantes (palo de Campeche y Brasil) cochinilla, índigo, añil, maderas finas y de construcción, cueros, vainilla y de Centroamérica, además café. El comercio alemán por el océano Pacífico fue más próspero que el del Atlántico y no siempre bien documentado.

En 30 tablas y cuadros estadísticos se resume la información que pacientemente se recogió en archivos, tanto de Alemania como de México y Centroamérica, adicionada con noticias encontradas en gacetas, diarios, boletines y numerosas obras impresas. Tiene pues este estudio, el primero de una serie, cuyo editor es el Dr. Hermann Kellenbenz, el mérito de contener la descripción fáctica y amena de las andanzas de los comerciantes alemanes que pasaron o se radicaron en México y Centroamérica, de su manera de proceder y aún de pertinentes noticias de su vida privada, de las compañías que fundaron, de los negocios que hicieron, de los productos con que comerciaron, de los barcos que llevaban y traían las mercancías, de la política administrativa de los diferentes estados alemanes, a la que acompaña las listas y los números que tan necesarios son para acreditar conclusiones.

Como es obvio, por ser este un libro alemán, éstas son principalmente útiles para la historia de las relaciones exteriores de comercio de la nación alemana, aunque también interesantes para precisar, por ejemplo, que fueron comerciantes alemanes quienes proveyeron de telas finas, medias y mercería a la sociedad mexicana acomodada de la primera mitad del siglo XIX, así como para rastrear la fama de los comercios alemanes de ferretería instalados en las principales ciudades de México y para explicar la participación alemana en los negocios del café.

MARÍA DEL CARMEN VELÁZQUEZ  
*El Colegio de México*

MARCOS KAPLAN, *Gobierno peronista y política del petróleo en Argentina 1946-1955*. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 1971.

Esta obra, como lo señala el autor, no es enteramente nueva; reproduce en lo sustancial un estudio publicado en 1957 bajo el título *Economía y política del petróleo argentino, 1939-1956*.

El objetivo de Kaplan es básicamente seguir de cerca la evolución de un sector económico tan estratégico como es el de la industria petrolera