

Los hombres de negocios considerados como hombres de estado

Por B. SANIN CANO

LA guerra hizo crecer en el espíritu de las gentes sencillas la fe que han tenido siempre en ese privilegiado ser a quien conocen con el distintivo de hombre de negocios. Las leyendas, o colectivas o individuales, formadas alrededor de este ser privilegiado suelen representarlo como un ente fantástico, superior al resto de sus semejantes, una especie de moderno taumaturgo, capaz de convertir en valores reales cosas que carecían de valor aparente antes de ser tocadas por la mano milagrosa del «brasseur d'affaires». Es cierto que estos personajes encallan a menudo, como en el caso trágico de John Gabriel Borkman, creado por Ibsen; pero los fracasos frecuentes no destruyen la leyenda: parece como si tendieran a darle mayor esplendor. El fracaso estrepitoso fomenta el escándalo por unos días; lastima, sin duda, intereses públicos y privados; mas la impresión que causa en el corazón o en la mente del público es efímera como la vida de un chiste. El hombre de negocios afortunado vive de continuo en la imaginación de las gentes y, en cierta clase de empresas, él reconoce que, para obtener éxito, importa sobremanera mantenerse en el primer plano del proscenio. Por eso el recuerdo del fracaso es pasajero, no disminuye el favor con que la multitud pone sus ojos en los favorecidos de la fortuna y ni siquiera llega a servir de escarmiento, porque la fe en sí mismo del negociante en grande y la credulidad de sus instrumentos no tienen límites.

El auge creado por la guerra.

DURANTE la guerra el campo de acción del hombre de negocios se amplificó hasta exceder los límites de la leyenda. Se crearon vistosas fortunas; aparecieron hombres nuevos aureolados con el halo de riquezas inverosímiles; absorbió el mercado cantidades fantásticas de valores reales o ficticios en que se basó transitoriamente la prosperidad de muchos obreros, de gentes humildes que se creyeron ricas cuando podían comprar pieles para sus esposas, o traer a la sala escueta de una habitación estrecha el piano que habían ambicionado durante años. Tan grande fué el auge del hombre de negocios, que los políticos aceptaron como una necesidad de los tiempos hacer venir al Gobierno a este símbolo de las aspiraciones y las codi-

cias de una multitud que considera como la dicha suprema llegar a una altura social donde se puede vivir cómodamente y en abundancia, sin trabajar, o aprovechando el esfuerzo de los otros. El rico explota al obrero; el capitalista explota al rico y el «brasseur d'affaires» los explota a todos. Durante la guerra este duro engranaje ejecutó su obra de creación y destrucción en formas de que no habíamos tenido sospecha en ninguna época de la historia. El hombre de negocios llenó todos los ámbitos de la actividad humana, con tal violento empuje que los Gobiernos empezaron a buscarle para resolver los grandes problemas de acción concurrente, de acción internacional continua y omnipresente. Fué una novedad. Los grandes hombres de la política, los grandes directores de la especie humana fueron enemigos del negociante en grande o vivieron con él en términos de neutralidad armada. César fué el enemigo manifiesto de los «brasseur d'affaires» en la Roma de su tiempo. La historia necesitaba de héroes y de símbolos, ensalzó durante siglos la equívoca figura de Bruto, el matador de César, haciéndole aparecer como defensor de las libertades romanas, cuando, en rigor, no fué sino el instrumento de los usureros y negociantes a quienes estorbaba la figura austera y desinteresada del primer emperador romano.

Ha desaparecido pausiblemente esta

leyenda de que hicieron uso con grande habilidad los hombres de 1789. Leopardi cantó en estrofas de honda y desolada convicción al Bruto que había puesto fin a su existencia clamando que la virtud era un nombre vano. Pasa erradamente en el desesperado poema la figura de Bruto como ejemplo de austeridad romana, «d'italica virtute». Mejor informado, Oswald Spengler, el filósofo de las analogías y los símbolos históricos, el restaurador de la «suerte» y del «destino» en las obras humanas, señala despectivamente «al millonario y usurero Bruto, que, como conductor de la antigua nobleza romana, y con el aplauso del Senado patricio mató a puñaladas al hombre de la democracia». El Evangelio cuenta que otro sublime conductor de multitudes arrojó del atrio del templo a los mercaderes, quienes desde ese día decretaron la pérdida del Nazareno.

La Internacional de los negociantes

EN este momento los hombres de negocios llevan el timón del Gobierno

en la Gran Bretaña. No están en el Gabinete; pero según el análisis prevenido de un colaborador de «The Nation» forman las cuatro quintas partes de la Cámara Baja. Además de esto, cada vez que el Gabinete siente de manera aguda el peso de la responsabilidad que carga sobre sus hombros; al encarar la solución de problemas nuevos, acude siempre al expediente de nombrar comisiones formadas por hombres de negocios, en cuyas capacidades descansa para cumplir su grave misión administrativa. Hubo, hasta hace poco, una Junta de hombres de negocios encargada de señalarles a ministros y diputados, con cifras perentorias, cuáles son las economías posibles, en el lago revuelto de las finanzas británicas. No sólo en la dilucidación de problemas domésticos, sino también en la dirección de las relaciones internacionales, hay de parte de todos los Gobiernos la tendencia a dejarse guiar por el industrial dueño de grandes empresas, por el banquero audaz, por el promotor de especulaciones mareantes, o por todos a la vez. Es cierto que el hombre de negocios usa de la discreción necesaria para que su nombre no aparezca en estas complicadas faenas. Pero es innegable que es él, y no los gobiernos, quien está encaminando a fines determinados la política internacional y preparando la felicidad de las generaciones futuras o el desastre final de la civilización. Los obreros no han logrado internacionalizarse. Con una aguda comprensión del futuro, los hombres de negocios han logrado mañosamente desacreditar la palabra internacional. Saben muy bien

REPERTORIO AMERICANO

SEMANARIO de cultura hispánica.
De Filosofía y Letras, Artes, Ciencias y Educación, Misceláneas y Documentos.

Publicado por

J. GARCIA-MONGE

Apartado 533

SAN JOSÉ, COSTA RICA, C. A.

ECONOMIA DE LA REVISTA

El número suelto.....	€ 0-50
La serie de 5 números, pagada por anticipado y solicitada a la Administración.....	2-00
Para el extranjero, el número suelto.....	\$ 0-15 oro am.
El tomo (30 entregas).....	3-50 » »
La página de avisos, por inserción.....	20-00 » »

En el contrato semestral de avisos se da un 5% de descuento. En el anual, un 10%.