

Cambiar cien veces un objeto no es producir un solo objeto nuevo igual, pero puede ser producir una cosa distinta y de mucho mayor valor. Quien vende cepillos para dientes no produce ni un solo cepillo nuevo, pero crea o contribuye a la creación o sostenimiento de los hábitos de limpieza: si no se le debe considerar como fabricante de cepillos, hay que considerarlo como fabricante de salud, sean cuales fueren los resortes que lo muevan, resortes que son seguramente idénticos o muy parecidos a los que mueven a los demás hombres. El que vende—y populariza por consiguiente—una máquina nueva, un utensilio perfeccionado, una herramienta, un artículo ventajoso cualquiera, crea economía, comodidades, facilidades, bienestar, progreso.

Desconocer o rebajar el papel de los comerciantes en la obra de la difusión o expansión de la cultura, es cerrar los ojos a la evidencia presente y a la Historia. Si estamos impregnados de la civilización de los griegos es en virtud de su espíritu comercial. Las grandes potencias mercantiles—Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, Francia, Japón,—son al par las grandes potencias industriales, científicas y artísticas. Una grandeza es a la vez causa y efecto de las otras; todas tienen el mismo origen y si se manifiestan en desigual grado es por razones puramente geográficas.

Hace 30 siglos, el tercer rey de los judíos, Salomón, abrió a su pueblo un puerto en el Mar Rojo, que lo puso en relaciones comerciales con la Arabia y con la India, y ganó para sí mismo el mejor de sus títulos de sabio.

*Elías Jiménez Rojas*

---