

CAPITULO VI

LA IMAGINACIÓN COMERCIAL

Tomando la palabra „comercial,“ en su acepción más lata, comprendo bajo este título todas las formas de imaginación constructiva que tienen por principal objeto la producción ó distribución de la riqueza, es decir, todos los inventos que tienden al enriquecimiento individual ó colectivo. Menos estudiada todavía que la anterior, esta manifestación imaginativa revela tanta ingeniosidad, flexibilidad y recursos como ninguna otra; el espíritu humano se ha ocupado constantemente en ella; ha tenido inventores de todas las categorías; los grandes pueden ir al par de aquellos que la opinión pública coloca en lo más alto; aquí, como en otras partes, la multitud no inventa nada, vive de la tradición, de la imitación y la rutina.

La invención, en el orden comercial (ó financiero), está sometida á diversas condiciones de las cuales vamos á ocuparnos.

1.º Las condiciones exteriores: geográficas, políticas, económicas, sociales, etc.; varían según los tiempos, los lugares y los pueblos. Tal es su determinismo externo; aquí humano y social en vez de ser cósmico y físico como para la invención del mecánico.

2.º Las condiciones internas, psicológicas, de las

cuales muchas son ajenas al acto primitivo y esencial de la invención: de un lado la previsión, el cálculo, la solidez del razonamiento, en una palabra, el poder de la reflexión; de otro la osadía, la audacia, el entusiasmo por lo desconocido, en fin, el poder de las facultades activas. De ahí (no olvidando las formas mixtas) dos categorías principales: los circunspectos y los audaces.

Entre los primeros lo importante es el elemento racional; son prudentes, calculadores, explotadores y egoístas, sin grandes preocupaciones morales ó sociales.

Entre los segundos, predomina el elemento activo y emocional; son gentes de más altos vuelos; tales como los mercaderes navegantes de Tiro, Cartago y Grecia; los negociantes viajeros de la edad media; los exploradores mercantiles, ávidos de ganancias, de los siglos XV, XVI y VII; y más tarde, por transformación, los creadores de las grandes Compañías, los inventores de monopolios, los *trusts* norteamericanos, etc., etc.; estos son los grandes imaginativos.

Ahora, bien, eliminando de nuestro trabajo todo aquello que no es elemento imaginativo puro, para no estudiar más que este solo, no encuentro, si se han de evitar las repeticiones, más que dos puntos que tratar:

En el momento inicial del invento, el acto intuitivo que es su germen:

Y durante el periodo de desarrollo y de organización, el papel necesario y exclusivo de las imágenes esquemáticas.

I

Se entiende generalmente por intuición un juicio práctico, inmediato y que va derecho á un fin; tacto, sagacidad, olfato y adivinación son expresiones sinónimas ó equivalentes de aquella. Observaremos primero que la intuición no parece propia del asunto de que tratamos, aunque haya un poco de ella en todas partes; y, sin embargo, en la invención comercial es predominante á causa de la necesidad de ver pronto y bien, y aprovechar las ocasiones. «El genio de los negocios, suele decirse, consiste en hacer hipótesis exactas acerca de la fluctuación de los valores». Es muy fácil caracterizar este estado mental si no se tratara más que de dar ejemplos, pero es muy difícil si se intenta penetrar en su mecanismo.

El médico que al primer golpe de vista diagnóstica una enfermedad, ó agrupa el cuadro de síntomas para deducir una nueva entidad morbose (como Duchenne de Boulogne); el político que posee el conocimiento de los hombres, el negociante que realiza un buen negocio, etc., son ejemplos de intuición; ésta no depende del grado de cultura, pues sin hablar de las mujeres, cuya penetración en el orden práctico es conocida, hay muchos ignorantes. aldeanos, y aun los mismos salvajes, que, en su limitada esfera dan quince y raya á hábiles y finos diplomáticos.

Pero todos éstos hechos nada nos enseñan acerca de su naturaleza psicológica. La intuición supone experiencia adquirida de una naturaleza especial, que da al juicio su validez y le orienta en un sentido de-

terminado; no obstante, este conocimiento acumulado no da por sí mismo ninguna indicación acerca de lo futuro; ahora bien, toda intuición es una anticipación del porvenir que no puede resultar más que de dos maneras: el razonamiento inductivo ó deductivo (por ejemplo el químico que prevee una reacción): y la imaginación, es decir, una construcción representativa.

¿Cuál es el procedimiento preponderante? Evidentemente el primero, puesto que se trata, no de una hipótesis de la fantasía, sino de la adaptación de experiencias antiguas á un caso nuevo. La intuición recuerda más bien las operaciones lógicas, que las combinaciones imaginativas. Se la podría comparar á un razonamiento inconsciente si no fuera por temor á la especie de contradicción inherente á este término, el cual supone una operación lógica sin conciencia de los términos; aunque recusable, es quizás preferible á otras explicaciones propuestas, tales como automatismo, costumbre, instinto ó conexiones nerviosas. Carpenter, que como promovedor de la cerebración inconsciente merece ser consultado, asemeja este estado á una acción refleja; trascribe literalmente una carta que Stuart Mill le dirigió acerca de este asunto, y en la cual dice en substancia que esta aptitud existe en las personas que tienen experiencia, pero que tienden hacia la práctica y no dan mucha importancia á la teoría.

Toda intuición se concreta, pues, á un juicio que equivale á una conclusión; pero lo que en ella parece obscuro y casi misterioso, es que, entre muchas soluciones posibles, encuentra desde el primer momento aquella que le conviene. En mi opinión esta dificultad proviene en gran parte de una concepción

parcial del problema, pues se entiende por intuición los casos en que realmente hay adivinación, y se olvidan aquellos otros, mucho más numerosos por cierto, en que la intuición fracasa. El acto, por el cual se obtiene una conclusión sin premisa explícita, sin saber cómo se alcanza, es un hecho muy común en nuestra vida mental; pero el acto por el que se obtiene una conclusión exacta, es un caso particular, y lo original de esta operación es su *rapidez*, no su exactitud; el primer carácter es esencial, y el segundo accesorio.

Habría, pues, que admitir que el don de ver lo exacto es una cualidad innata concedida á unos, y negada á otros; se nace con ella como se nace hábil ó torpe; no lo da la experiencia, lo único que esta enseñanza es á aplicarla. En cuanto á saber por qué el acto intuitivo unas veces tiene éxito y otras fracasa, es una cuestión que se reduce á la distinción natural que existe entre los espíritus exactos y los espíritus falsos que nosotros no hemos de tratar aquí.

Sin insistir acerca de esta condición inicial, volvamos á la imaginación comercial para seguirla en su desarrollo.

II

La humanidad ha atravesado una fase pre-comercial; los australianos, fuegianos y sus similares, parecen no haber tenido jamás idea alguna del cambio comercial; este periodo primitivo, que fué largo, corresponde á la edad de las hordas salvajes ó de las tribus informes y groseras. La invención comercial, lo mismo que todas, nació de las necesidades (simples é indispensables en un principio, facticias y su-

pérfluas más tarde), y no ha podido producirse en ese estado social embrionario donde los grupos no tienen apenas entre sí más que relaciones de hostilidad; nada la solicitaba á nacer, pero, en un grado más alto, la forma rudimentaria del comercio, el cambio en especie ó trueque, aparece muy pronto y casi en todas partes; después este procedimiento embarazoso y molesto, es sustituido por una invención más ingeniosa, el empleo de los «valores convenidos», seres ú objetos materiales sirviendo de común medida á todo lo demás; su elección es muy varia, según los tiempos, los lugares y los hombres (algunas conchas, sal, granos de cacao, telas, esteras, una vaca, un esclavo, etc.); semejante innovación contenía todo lo demás en gérmen y fué el primer ensayo de substitución, pues, durante el periodo primitivo de la evolución comercial, el principal esfuerzo de la invención ha consistido en hallar en el mecanismo del cambio los procedimientos de mayor simplificación; así, á estos valores disparatados suceden los metales preciosos (en polvo, en barras, sometidos á las lentitudes y á los inconvenientes de su mucho peso); luego la moneda, en calidad fija, sellada bajo la inspección de un jefe ó grupo social; y por último, el oro y la plata son substituidos por la letra de cambio, el billete de banco y las numerosas formas de la moneda fiduciaria (1).

(1) Históricamente, la evolución no se ha verificado rigurosamente en este orden que parece, no obstante, el más lógico. Las órdenes negociables fueron conocidas por los asirios y los cartagineses; durante millares de años el Egipto ha usado barras ó lingotes y no moneda realmente, pero conocían la moneda fiduciaria; en América, los peruanos hacían uso de la balanza y los aztecas la desconocían, etc., etc. Para detalles, véase Letourneau, *L'Evolution de commerce dans les diverses races humaines*.

Cada uno de estos progresos es debido á varios inventores; y digo *varios* inventores, porque se ha probado que cada modificación, en los medios del cambio, ha sido imaginada muchas veces y en muchas épocas y del mismo modo sobre la faz de la tierra.

En resumen: el trabajo inventivo de este período se reduce á crear procedimientos, cada vez más sencillos y rápidos, de *substitución* en el mecanismo comercial.

La aparición del gran comercio ha dependido del estado de la agricultura, de la industria, de las vías de comunicación, de las condiciones económicas y sociales, y de la extensión política; su aparición se produce hácia el fin de la República romana; después de la interrupción de la Edad Media, vuelve á tomar vuelo con las ciudades italianas; en el siglo XV, con los grandes descubrimientos marítimos; en el XVI, con los conquistadores, ávidos á la vez de aventuras y de enriquecimiento; más tarde, con las expediciones mixtas en que los comerciantes equipan á su costa, y algunas veces acompañan á las tropas que combaten también por su cuenta; viene, en fin, la constitución de las grandes Compañías comerciales á las que tan ingeniosamente se ha llamado: „los Conquistadores de gabinete”.

Llegamos al momento en que la invención comercial alcanza su forma más compleja y ha de hacer mover grandes masas. Tomada en conjunto, su mecanismo psicológico es el de cualquiera otra creación; en la primera fase la idea surge ó nace de la inspiración, de la reflexión ó del azar; sigue un período de fermentación durante el cual el inventor traza su construcción en imágenes, se representa la materia explotable, la agrupación de accionistas, la

petición de fondos, la constitución de un capital, el mecanismo de las compras y las ventas, etc. etc.; todo esto no difiere de la génesis de una obra estética ó mecánica más que por el objeto ó la naturaleza de las representaciones. En la segunda fase se pasa á la ejecución, es un castillo en el aire que hay que solidificar; entonces aparecen mil dificultades de detalle que resolver, cómo las invenciones episódicas se insertan en la invención principal, y el autor deja ver la penuria ó la riqueza de su espíritu y de sus recursos; finalmente, la obra triunfa, se hunde ó tiene un éxito mediano.

Ateniéndose á estos rasgos generales, la imaginación comercial no sería otra cosa que la repetición, con algunas variantes, de las formas ya estudiadas; pero tiene además otros caracteres que le son propios y que es preciso determinar:

1.º Es una imaginación *combinadora* ó *de táctica*; anteriormente no hemos encontrado nada semejante á esto; cada signo especial se deriva de la naturaleza de su determinismo, muy diferente del que se impone a la imaginación científica ó mecánica.

Todo proyecto comercial, para salir de la fase interna, puramente imaginativa, y convertirse en realidad, exige la madurez y el cálculo muy exacto de elementos con frecuencia numerosos, divergentes y aun contrarios. El negociante americano, que especula en granos, tiene necesidad absoluta de informarse rápidamente y con seguridad de la situación agrícola de todos los países del mundo ricos en trigo que lo importan y exportan, de las probabilidades de un tiempo lluvioso ó seco, de las tarifas aduaneras de las diversas naciones, etc., etc.; pues sin esto, compra y vende al azar; además, como maneja enor-