

## CAPÍTULO V

Medios de comunicación y de relación.

- I. El lenguaje.—Desenvolvimiento y progresos del lenguaje.—Su influencia en las relaciones humanas y en el comercio.
- II. El alfabeto.—Descubrimiento y progresos.—Su influencia en las relaciones humanas y en el comercio.
- III. La escritura.—Medios rápidos de propagar lo que se escribe.—La imprenta.—Medios rápidos de comunicar lo que se escribe y lo que se piensa.—Mensajeros-peatones, recaderos, correos, telégrafos y teléfonos.—Copiadores, prensas y anuncios.

89.—Difícilmente pueden cambiar productos entre sí dos individuos que no se entienden. La primera condición para ajustar y contratar es entenderse las partes en los términos y objeto del contrato. Cuando el lenguaje no exprese bien lo que se propone el que habla, nacerán confusiones y dificultades que irán desapareciendo á medida que sean más precisos los términos y las frases de los que hablan y que las entiendan los que las usan. Las transacciones mercantiles han de ser lentas, trabajosas y difíciles en aquellos pueblos primitivos cuyo lenguaje es imperfecto y comprende un corto número de palabras; así también son igualmente difíciles las transacciones entre dos tribus cuyo lenguaje sea distinto; á medida que por consecuencia de la extensión de los grandes imperios en la antigüedad se ha hecho universal una lengua ó ha sido aceptada en grandes y extensos territorios, el comercio y las relaciones humanas han podido extenderse. Con la difusión de los conocimientos lingüísticos y merced á los intérpretes han podido

entenderse y sostener importantes relaciones comerciales pueblos que hablaban distintos idiomas.

90.—El lenguaje, como todo lo humano, ha seguido en su forma, en su estructura, en lo que podríamos llamar su *morfología*, un proceso natural, por lo que ha comenzado imperfecto, indeciso, poco preciso para realizar la función que había de desempeñar, y á vuelta de ensayos, tentativas y esfuerzos ha concluido por ser preciso y adecuado. De varios modos pueden los hombres comunicar entre sí; por gestos, gritos, palabras, dibujos, caracteres ó letras. Es evidente que en la infancia de la civilización, así como las tribus y los pueblos que se encuentran en la barbarie, los medios de expresión, el lenguaje es incompleto, rudimentario, insuficiente, y que los idiomas y dialectos van enriqueciéndose con el transcurso del tiempo y con los progresos de la cultura (1) y el desarrollo de la inteligencia.

De todas las instituciones humanas pocas ó ninguna se aprovecha tanto como el comercio de los progresos del lenguaje; y comprendiéndolo así la poderosa inteligencia de los griegos, sacaron de la mitología un Mercurio que era á la vez un dios del comercio y de la elocuencia.

91.—Consideradas aisladamente las lenguas extendidas por vastas regiones, obran como medio de comunicación entre razas y pueblos separados por largas distancias. Si las comparamos unas con otras y observamos su organización interior y los diversos grados de afinidad que las unen, nos hacen penetrar más profundamente en la historia de la humanidad. La lengua de los griegos y su nacionalidad tan íntimamente unida á su lengua han ejercido un prestigio mágico sobre todos los pueblos que han tenido algún contacto con ellos (2). La lengua griega aparece en el Asia central como un vehiculo de la ciencia

(1) Para todo lo relativo al origen del lenguaje, formas y progresos del mismo, véase *La linguistique*, par Abel Hovelacque, 3.<sup>a</sup> edición; Paris, Reinwald, 1881 (Bibliothèque des Sciences contemporaines), y la obra de W. D. Whitney, *La vie du langage*, 3.<sup>e</sup> édition; Paris, Garnier Bailliére, 1880, Biblioteca científica internacional. Además véase Edward B. Tylor, *La civilisation primitive*, edición francesa de 1876, tomo I, págs. 189 á 276, y *Antropología*, por el propio Tylor, edición española de Machado, 1888, págs. 127 á 187.

(2) Humboldt, *Cosmos*, edic. esp., tomo II, pág. 107.

helénica, que mezclada con la de la India, fué llevada por los árabes á las regiones occidentales de Europa, y merced á la antigua lengua de los indios y de los malayos hanse establecido relaciones comerciales entre los pueblos esparcidos por el archipiélago Sudeste del Asia, por las costas orientales del Africa y por la isla de Madagascar; y aun puede asegurarse con fundamento que revelando aquellas lenguas la existencia de las factorías establecidas por los banianos de la India, contribuyeron á la audaz expedición de Vasco de Gama. Las lenguas que han llegado á ser dominantes es indudable que han ejercido una benéfica influencia, contribuyendo á la aproximación de la familia humana (1).

92.—El alfabeto y la escritura han contribuido extraordinariamente á fomentar los hábitos sociales, á relacionar á los hombres entre sí, á facilitar sus comunicaciones, á que fuese más activo el cambio de impresiones é ideas, y en consecuencia, han favorecido extraordinariamente el comercio, y así se explica que un pueblo esencialmente comercial, como lo era el fenicio, inventase el alfabeto. Para la expresión de ideas y sonidos el hombre ha ido tanteando, comenzando por la escritura pictórica, siguiendo por la pintura de sonidos, geroglíficos y otros signos, hasta llegar al alfabeto (2). Es indudable que ha de ser un gran obstáculo para el comercio la inmensa dificultad que ofrece el aprender á leer y á escribir con los carac-

(1) Humboldt, *Cosmos*, edic. esp., tomo II, pág. 108.

(2) Tylor, en su *Antropología*, pág. 190 y siguientes, en un capítulo admirable y lleno de justísimas apreciaciones condensa la historia de los progresos de la escritura, estudiando la escritura pictórica, la pintura de sonidos, la escritura china, la cuneiforme, la egipcia y la alfabética. Sobre los progresos de la escritura y propagación del alfabeto, véase *Essai sur la propagation de l'alphabet Phenicien dans l'ancien monde*, par François Lenormant, dos tomos; Paris, 1873. La influencia de la invención del alfabeto sobre la cultura general del mundo es extraordinaria. Wuttke y Lenormant han demostrado que no se creó de improviso, sino que su invención y aplicación se deben á un proceso gradual y por virtud de lentas transformaciones; pero ya el hombre en posesión de este poderoso medio definitivamente constituido, se extendió rápidamente por todos los pueblos civilizados. Véase Quatrefages, *L'espèce humaine*, 5.<sup>e</sup> édition; Paris, Gernier Baillière (Bib. scient. inter.), páginas 327 y siguientes. Sobre la formación y transformación del alfabeto, véase Masperó, *Histoire ancienne de l'Orient*; Paris, 1873, páginas 570 á 608, trabajo admirable y lleno de erudición.

teres chinos y la lentitud que implica la escritura geroglífica. La invención de la escritura es uno de los grandes adelantos de la humanidad, y por lo que respecta al comercio es evidente que no fué posible la contabilidad antes de la invención de la escritura, ni era posible que el crédito tomase incremento, debiendo hacerse las operaciones al contado y no concibiéndose la existencia de documentos de giro. Los progresos en la escritura, especialmente la invención de la imprenta, han de haber influido poderosamente en el progreso del comercio (1).

De tal manera necesita el comercio de un lenguaje rápido y conciso, que, á pesar de los medios que usamos hoy, el lenguaje comercial está lleno de abreviaturas, convencionalismos y prácticas para abreviar y condensar muchos pensamientos en pocas palabras. No solamente está generalmente aceptado el uso de abreviaturas con las que con una sílaba se suple una palabra más ó menos larga, si que nadie ha sentido con tanta intensidad como el comercio y la navegación la necesidad de un Código internacional de señales, de un lenguaje universalmente aceptado, puramente convencional, para significar pedidos, notas de precios y términos de las transacciones.

93.—Hemos mencionado los medios rápidos de escribir y de comunicar lo que se escribe señalando la imprenta, y aquí podríamos extendernos en el progreso de los medios materiales de escribir, indicando el inmenso beneficio que al comercio reportó la invención del papel y el inmenso progreso que señala el empleo de hojas de papyrus y del pergamino sobre los pequeños ladrillos ó adobes cocidos al fuego, y en que los comerciantes y banqueros (2) de las orillas del Eufrates y del Tigris

(1) Acerca la invención de la imprenta y progresos de la escritura, véase Tylor, *Antropología*, edic. esp., páginas 203 y siguientes.

(2) En el *British Museum* se hallan gran número de antigüedades asirias, babilónicas y arameas (Siria), recogidas por M. Georges Smith en una de sus expediciones. Dichos objetos han sido, pues, coleccionados por William S. Ehad Boscaven, quien ha encontrado gran número de tablillas de contratos, pequeñas placas de tierra cocida con caracteres cuneiformes por ambos lados, conteniendo actas de venta, con expresión de los compradores, vendedores, testigos, etc. De los 3.000 ejemplares hay 1.800 que estaban juntos y coleccionados y deben haber formado parte del archivo de una gran casa de banca de Babilonia, cuyas operaciones duraron más de un siglo, puesto que

extendían sus letras de cambio; y por último, el progreso que indica sobre los otros medios el empleo del papel moderno de poco peso y volumen, cuya superioridad sobre el antiguo material es universalmente reconocida. Debemos hacer constar ahora la influencia inmensa que en beneficio del comercio resulta de la adopción y conocimiento de los medios rápidos de propagar y comunicar lo que se dice y escribe (1). Los antiguos recaderos en época en que no se conocía la escritura ó los modernos mensajeros en aquellos pueblos en que no se emplea todavía, debían retener en la memoria todas las palabras del mensaje ó recado, así como las de la contestación, lo cual impedía que fuesen muy largos y extensos, así como que contuviesen muchas cifras y cantidades. Con los progresos de la escritura fueron creándose paulatinamente servicios de transportes de cartas escritas ó correspondencia, enviándose portadores y mensajeros (2). Por muy diligentes que fueran estos enviados, jamás podían efectuar el transporte de la correspondencia como en los modernos tiempos á pesar de la celeridad de las caballerías. Es curioso ver cómo se efectúa este transporte en los Estados Unidos, especialmente en los terrenos fronterizos acechados por los indios, y con qué celeridad los vaqueros cambian de caballería sin pararse un momento, cuyo espectáculo han podido presenciar los europeos que han asistido á la última Exposición de París y han visto funcionar la compañía de

las fechas de las actas de reconocimiento de deuda, caución y demás que á favor de la misma aparecen suscritas comprenden los reinados de Nabopolassar, Nabuchodonosor (Nabuk-udur-usur), Baltasar, hasta la época de los conquistadores persas Ciro, Darío, Nidintabul, etc. (Véase *Croniques des beaux arts*, suplement á la *Gazette des beaux arts*, 30 de Diciembre de 1876, y *Revue des questions historiques*, pág. 422, número de 1.º de Octubre de 1876.

(1) Puede consultarse Fedele Lampertico, *Il Commercio*; Milano, 1878, capítulos 5.º, 6.º y 7.º, cuyos epígrafes son: *Dei veicoli é dei motori*, *Le Strade ferrate é la locomotivi*, y especialmente *Poste é telegrafi*.

(2) En la obra de Fernando Justi, *Historia de la antigua Persia*, se lee lo que sigue: «Para facilitar la administración del Imperio estableció un servicio de comunicaciones por medio de correos montados (angari ó astande) que á cada jornada encontraban en estaciones determinadas caballos ensillados de relevo, de modo que un firmán del Rey podía llegar en breve tiempo á todos los confines del Imperio. La carretera y líneas principales de correos, desde la cual partían en todas direcciones caminos transversales, era la vía regia que existía en parte antes de la dominación persa.»

indios y vaqueros al mando de Buffalo Bill. Con el desarrollo de la escritura y de los recaderos aumentó indudablemente la correspondencia, cuyo servicio fué necesario hacerlo periódico; se regularizó y organizó en grande escala aprovechando los progresos de los medios de transporte é introduciendo la división del trabajo en esta función social. El ferrocarril y el vapor aplicado á la navegación han introducido en el servicio postal del mundo entero una gran revolución (1), como en la transmisión de la palabra hablada lo han causado el telégrafo (2) y el teléfono, de cuyos inventos se aprovecha el comercio más que ninguna otra institución humana. Nadie, por otra parte, se ha aprovechado tan rápidamente y ha generalizado el uso de copiadore, prensas y máquinas de escribir con rapidez como los hombres de negocios, ni ha ideado combinaciones tan ingeniosas como éstos para anunciar y dar á conocer productos y precios (3).

(1) Puede consultarse con fruto y tomar nota de los antecedentes y datos en el contenido, el artículo *Postes* del *Dictionnaire universel théorique et pratique du commerce et de la navigation*, edición Guillaumin; París, 1873, pág. 1208, tomo II. Indudablemente los correos fueron una necesidad sentida por el comercio, y por esto, gracias á él, se han introducido y organizado en los países civilizados. Por lo que respecta á España, los catalanes, el pueblo más comercial de los que componen nuestra nación, introdujo el primer ferrocarril (el del litoral de Barcelona á Mataró, siendo los promovedores D. Miguel Viada y D. L. Roca), así como los correos en España fueron introducidos también por los catalanes, como lo indica el nombre *Curreu, echad á correr*, de origen evidentemente catalán. Roque Barcia en su *Diccionario etimológico de la lengua española*, artículo *Correo*, cita datos y documentos en apoyo de nuestra afirmación.

(2) Puede consultarse el artículo *Telegraphic* (pág. 1068 del tomo II del *Dictionnaire universel théorique et pratique du commerce et de la navigation*, edición Guillaumin; París, 1873, y el artículo *Telegraphe électrique* del *Diccionario de la economía política*.

(3) Hoy los anuncios invaden todos los sitios visibles y concurridos de los centros de población, habiéndose ideado las cosas más extraordinarias, siendo el anuncio uno de los sostenes del periodismo moderno. En todas las grandes ciudades existen centros y agencias de anuncios, y en la vida moderna es casi un axioma mercantil, que el que no anuncia no vende. La índole de esta obra no permite una reseña de los modos de anunciar desde el antiguo pregón al moderno impreso en periódicos y libros ó estampado en rótulos y carteles.