

escrito a máquina

Pequeña historia del hombre de cuello blanco



"En nuestro tiempo, la Civilización norteamericana o los Estados Unidos de Norteamérica, han lanzado al mercado, para hablar en términos de su propio idioma, su principal invento, es decir, su arquetipo de la era atómica, que no es precisamente el héroe, ni el místico, ni el artista, ni el homus civicus, sino lo que se llama el "businessman", es decir, un hombre a quien sólo le importa el negocio y que vive para, por y en el negocio".

PEDRO J. CHAMORRO

"Nicaragua, la Historia y el "Businessman" de hoy".

El "hombre de cuello blanco", corbata y cartapacio —el "héroe" de nuestra civilización americanizada— tiene una genealogía: es nieto de Jeremías Bethan y de Adam Smith y de abuela burguesa. Heredero de Mr. Cornelius Vanderbilt, aquel que escribió a sus socios: "Ustedes han tratado de provocar mi ruina. Yo no los llevaré a los tribunales, porque los pleitos son largos. Los arruinaré. Sinceramente, Cornelius". Y los arruinó. Descendiente de J. Pierpont Morgan, aquel que dijo a su abogado: "Mire Ud., a mí no me hace falta un abogado para que me diga lo que no puedo hacer legalmente. Yo le pago para que me diga cómo puedo hacer legalmente lo que yo quiero". Mr. Businessman es hijo de Mr. Ford y de la Bolsa. Ha recibido en su escuela las ásperas críticas del Sr. Carlos Marx y las duras experiencias de la depresión de los años 30. Ha moderado los impulsos de su herencia —los activos y temerarios genes de los Capitanes de Industria— y con un cierto sentido social, un curso sobre "Relaciones Humanas", ha conquistado su título en una eficiente Facultad de "Business Administration".

Toda genealogía es un poco vergonzosa. Pero el arquetipo moderno de hombre, cuya aventura es la producción de dinero, no ha llegado a su actual situación sino a través de una historia que he querido simbolizar en esos ejemplares que genealógicamente le anteceden.

"La idea de ganancia, el concepto de que todo hombre puede y más aún, debe esforzarse constantemente por mejorar sus bienes de fortuna, es completamente aiena a las capas bajas y medianas de las civilizaciones egipcia, griega, romana, medioeval y colonial hispanoamericana. Comenzó a propagarse en las épocas del Renacimiento y de la Reforma Protestante. Es un invento tan moderno como la imprenta. Esto no significa que no haya existido la riqueza. El afán de lucro es, cuando menos, tan antiguo como las narraciones bíblicas. Pero existe una diferencia inmensa entre la envidia, inspirada por la riqueza de unos pocos personajes poderosos, y el FORCEJEIO GENERAL POR LA CONQUISTA DE LA RIQUEZA, DIFUNDIDO ENTRE TODA LA SOCIEDAD. Mercaderes aventureros han existido desde los tiempos de los navegantes fenicios (v. g.: los especuladores de Roma, los venecianos, algunos de los conquistadores y navegantes españoles y portugueses, etc.), pero las aventuras de unos pocos son cosa muy distinta de toda una sociedad movida por el espíritu de aventura del negocio". Cito a Heilbroner. Nuestros antepasados no concebían la idea de comprar y vender, vender y comprar para aumentar las ganancias, ni de producir más para ampliar mercados y ampliar mercados para producir más y multiplicar los negocios. Nuestros antepasados vendían lo que producían como modo de obtener las cosas necesarias y útiles. El impulso de multiplicar esa operación en actividades nuevas y agresivas les era desagradable. No comprendían ese tipo de riesgo y mutación. Su ideal era la seguridad. La competencia era inmoral. La publicidad una traición. Más aún: la idea de que el dinero produjera dinero era usura, y la usura un asqueroso pecado.

Por eso el primer paso —el abuelo de Mr. Businessman— lo dio Jeremías Bethan con su "Defensa de la Usura". El dinero, probuso Bethan, debe producir dinero. De ahí nació el concepto de que la actividad propia del civilizado era el comercio y "la ganancia el corazón del comercio". Civilización fue, desde entonces: comercio. (José Coronel ha probado en sus REFLEXIONES sobre nuestra historia, cómo el motor de nuestra Independencia fue el comercio). Pero ¿cómo atar semejante principio con las viejas enseñanzas del Cristianismo? Muy sencillamente. El protestantismo de la Reforma dio la respuesta: lejos de elogiar la vida de pobreza o el desprendimiento evangélico de los bienes terrenos, reconoció como una virtud cristiana el buen negociar y el enriquecerse. Tener éxito en la economía: bendición de Dios. Por influencia de la reforma protestante la riqueza pasó a ser señal de superioridad espiritual y de salvación. Y comenzó una nueva edad. El mercader, el despreciado mercader del medioevo, pasa a ser el arquetipo del nuevo tiempo. Había comenzado la Era Industrial.

Pero el arquetipo de esa era hizo un corte en la vida moral. Separó "la moral de los negocios" —que consistió en una combinación de moral utilitaria y matemáticas— de la moral humana. Negocio es negocio: fue la pauta y, naturalmente, el hombre que produjo, el héroe primitivo de los negocios, fue el capitalista pirata,

1 - VIENE DE LA SEGUNDA PAGINA

implacable con sus semejantes al estilo de Morgan, Vanderbilt y compañía. La primera etapa de la Era Industrial marcó un nuevo tipo de relación de trabajo. Deprimen todavía el corazón las frias crónicas de la situación del obrero a finales del siglo XVIII. El trabajo de mujeres y niños. Las jornadas de 14 y hasta 16 horas. Las siniestras barracas apestosas de humo donde cocinaban y dormían los obreros. Y la vida de los mineros —“hombres y mujeres, desnudos hasta la cintura y reducidos, a veces, de pura fatiga a un estado de bestias jadeantes. Mujeres grávidas tirando, como caballos, de los carros de carbón”—. Y los míseros jornales... Esa fue la otra cara de la brillante historia de la Era Industrial y en tales sombras surgió de inmediato el anti-tipo del “hombre de negocios” que fue: EL PROLETARIO.

Ya en 1834 el economista Sismondi advierte el gran cambio sufrido por la Civilización Occidental: “El cambio fundamental que ha sobrevenido en la sociedad consiste en la introducción del proletario entre las condiciones humanas”. La riqueza como meta exclusiva provoca, inmediatamente, como contrapartida la aparición del pauperismo.

Quien acompañaba al Quijote mal que bien era Sancho: en su aventura humanista les era posible fraternizar. El hombre de cuello blanco aparece en la historia con un antagonista: pero la moral nueva, “la moral de los negocios”, no le impulsa a tenderle la mano, sino a explotarlo. El trabajador (el pobre) fue proyectado hacia el proletariado. Ya no fue el miembro de un organismo, sino un alienado, un rechazado. “Habiéndolo sido, ya no tenía relación orgánica con la sociedad de la cual se convirtió en enemigo. El hombre nunca se rebela contra un organismo del cual forma parte —dice Gustave Thibon—, pero a partir del momento en que se convierte en inorgánico, se rebela”. Así nació el Comunismo.

Mr. Businessman no es pues, un inocente. Su presencia, aparentemente progresista y eficaz, ha provocado la más honda división conocida por la historia de nuestra civilización: otro “businessman” sin cuello, otro negociante —que no forma parte de una compañía anónima, sino de un Estado S.A.— otro perseguidor de riqueza le enfrenta su sistema social socialista al sistema social empresarial de Mr. Businessman. Pero no le tiende la mano.

El antagonista del “arquetipo” viene del odio... Y así el hombre de negocios ha producido —porque su filosofía económica no lo formó para el diálogo sino para la competencia— como estructura social, la lucha de clases.

En otras palabras: se ha institucionalizado la violencia. Una violencia que para el “hombre de negocios” resulta muy fácil de no ver por qué, como dice Aranguren, se ve, inevitablemente, la violencia cuando se manifiesta en un atentado, en un acto de terrorismo o en una subversión, pero se hace difícil verla cuando se presenta como orden establecido, como sistema de trato o de sujeción de una clase para otra, o como imperialismo o colonialismo de un pueblo sobre otro.

El comunista —en su antagonismo— no detiene la cadena de la violencia; al contrario, se basa en ella y opone a la violencia, violencia.

El mundo moderno está partido por esa disyuntiva (lo vemos en todos los campos) entre violencia institucionalizada y violencia revolucionaria.

¿Tenemos, pues, que escoger uno de esos extremos?

He allí lo que se han preguntado entre muchos hombres de buena voluntad algunos de cuello blanco, negociantes conscientes de su propia historia. Han comprendido que si el negocio sigue planteándose en un campo independiente de la moral —que si la Economía niega a Dios— los resultados niegan al hombre.

Y está surgiendo una tercera fuerza, un posible armisticio entre el Arquetipo y el Anti-tipo, entre el hombre de negocios y el hombre del trabajo que emprende “la vía de las reformas profundas por la que siempre es posible —según Jaspers— caminar hacia la libertad y la convivencia”.

Esa vía quien la abre y la define es el Cristianismo. Hoy tiene su Carta Magna: es la “Populorum Progressio” donde el hombre de cuello blanco puede leer su único posible texto de salvación.

“EL DESARROLLO NO SE REDUCE AL SIMPLE CRECIMIENTO ECONOMICO. PARA SER AUTENTICO DEBE SER INTEGRAL. ES DECIR, PROMOVER A TODOS LOS HOMBRES Y A TODO EL HOMBRE”.

PABLO ANTONIO CUADRA