

# El banco en los tiempos del cólera

Por Arcadio Díaz Quiñones

ESPECIAL PARA DIÁLOGO

En su ya clásico libro, *The Passions And The Interests* (1977), Albert O. Hirschman estudia, entre otras pasiones que fundan el capitalismo moderno, la «tranquila» pasión del afán de lucro. Pasión «tranquila», pensada así por Adam Smith y por Hume, que se imponía sobre las oscuras pasiones del deseo y de los placeres. El comercio y la industria se legitimaban en la medida que la pasión de lucro era el motor del progreso para el bien de la humanidad. El comercio como portador de civilización fue uno de los centros del discurso liberal ilustrado, tan significativo como lo es hoy la palabra «mercado» en el pensamiento neoliberal.

El lucro llegó a considerarse una virtud moderna, secularizadora. En el marco de esa concepción, los bancos serían virtuosos. Resulta curioso: es precisamente la serenidad de la pasión del lucro lo que se exalta en el libro-homenaje dedicado al Banco Popular publicado por uno de nuestros más destacados historiadores, Guillermo A. Baralt. En ese libro, financiado por el propio Banco cuyos archivos se privilegian, -no es un dato menor- el historiador va describiendo minuciosamente cómo los fundadores van sorteando obstáculos hasta lograr su empresa. *Tradición de futuro* (1993), se titula el libro, como si fuera un desecho de las consignas de las vanguardias históricas. Efectivamente, ello nos llevaría a pensar que siempre estamos aprendiendo a ser contemporáneos de un banco que desde sus orígenes se encuentra a la vanguardia.

Por supuesto, no sólo los bancos son virtuosos. En la Universidad donde trabajo, en Princeton, como en tantas otras universidades norteamericanas, el respeto real por la inteligencia y la producción intelectual compete a diario con la reverencia por la otra deidad moderna que perdona muchos pecados: el dinero. No sé hasta qué punto es lícito asociar bancos y universidades. El parecido es fácil, y tal vez engañoso. Algunos bancos y algunas universidades gozan de gran protagonismo económico y cultural. Pero es probable que la antítesis entre bancos y universidades sea ficticia. En el registro de lo imaginario, ambas institucio-



Ilustración por Walter Torres



discurso de Carrión es una verdadera pieza oratoria. Al menos expresa un temple, aunque carezca de una reflexión en profundidad sobre las implicaciones de la nueva configuración de poder. No obstante, si algo aporta este texto, lo más significativo quizás sea que el Banco asumió la voz que le correspondía al Estado, como si pudiera llenar, con la seguridad de la voz y la mirada del señor Carrión, el vacío dejado por la incapacidad de nuestros gobernantes para orientar y redefinir los grandes problemas del país. En un panorama político pobrísimo de ideas y desbordante de mentiras y falsas promesas, caracterizado por nombramientos irresponsables en el terreno educativo y cultural, no deja de ser extrañamente congruente que fuera el presidente del Banco Popular quien se dirigiera al país para defender su manera de construir la política, la cultura y la vida de los puertorriqueños.

En efecto, el discurso abre con una crítica a los líderes políticos que «se han olvidado de su rol de educar a nuestros ciudadanos sobre los problemas de política pública», a la vez que no deja dudas sobre su propia calificación para explicar las bondades de la venta. El señor Carrión comienza con el discutible y siempre discutido argumento paternalista de la «gran familia», con la variante de que el Banco aparece como el Padre. En su visión, con fuertes acentos populistas, somos todos de una misma estirpe y linaje. Así se afirma en una declaración que tiene un estatuto especial en el discurso: «El Banco Popular fue fundado hace más de 100 años para responder a las necesidades de los puertorriqueños, particularmente de los más necesitados». Poco después, sin discutirla, acata la Ley de Telecomunicaciones de 1996 del Congreso de los Estados Unidos como el marco para una venta inevitable. Ahora bien, lo más importante es cómo resalta la participación del Banco Popular como mediador en el mundo globalizado: «Habrá también un componente de capital local, para que una voz puertorriqueña tenga participación en las grandes decisiones que afectarán el porvenir de la Telefónica». El Banco, pues, tiene razones patrióticas para participar en la compra. Será la voz «puertorriqueña» que contribuirá, una vez más, al futuro, a la «revolución tecnológica». Por eso,

al final de discurso, el señor Carrión se lamenta de los «insultos y amenazas» de quienes «pretenden borrar más de 100 años de compromiso». El Banco es la Nación.

El discurso del señor Carrión responde a los tiempos del cólera, conjurando los «insultos» que amenazan con destruir el capital simbólico del Banco. Y respondió con los formidables recursos que tiene a su disposición, recursos que le permitieron presentarse en la televisión y desplegar su discurso en páginas enteras pagadas en los periódicos, asegurándose que su propio mensaje pudiera llegar con la precisión, nitidez y el efecto que se buscaba. Consciente del poder que supone el acceso al viaje vertiginoso de la información, en un momento se refiere al hecho de que su texto se le envió por Internet a todos los empleados del Banco. Ninguno de estos datos resulta indiferente: son signos claros del poder económico que contrastan con los discursos fragmentarios y fugaces de quienes tomaron las avenidas de San Juan para decir su verdad durante unos segundos ante las cámaras de la televisión.

El Banco, a través del señor Carrión, se presentó como la voz de la razón, como el portavoz de la «tranquila pasión» del lucro, reciclando acriticamente el viejo paradigma del progreso como destino, y retomando las marcas fuertes del discurso populista. El discurso fracasa en tanto en cuanto no responde a nuestro deseo de saber: el señor Carrión eludió escrupulosamente los detalles sobre la transacción. Pero sí arroja luz sobre un rincón de la cartografía del poder local que merece más análisis: la existencia de una élite empresarial que se considera encargada de renovar y rejuvenecer al país, sin la participación democrática de aquellos que pretende redimir. Esa élite se presenta aquí como la «voz puertorriqueña».

La feroz lucha por el dominio de las telecomunicaciones se lleva a cabo con toda clase de alianzas y violencias, como se observa en el caso norteamericano o brasileño, desmintiendo el sueño ilustrado de la serenidad de la pasión del lucro. En nuestro caso, se le puede reprochar al Banco y al Estado la ausencia de una discusión profunda y seria. El apoyo popular que tuvo la huelga demuestra que se ejerció la hermenéutica de la sospecha, para usar el término de Paul Ricoeur. Frente al Banco Popular, amplios sectores de la sociedad puertorriqueña ejercieron en su interpretación de la venta la sospecha de que las personas con vida ordenada, cuentas claras y propiedades correctas no siempre lo cuentan todo. Por otra parte, el capital transnacional es un sujeto político que permanece en penumbras, y no basta con apelar al populismo y a la función unificadora de la «gran familia». No es creíble.

En los tiempos del cólera necesitamos desconfiar de la información, complementarla con otras hipótesis, sospechar de la filantropía de los poderosos. También queremos saber más de la historia misma del Banco, no del mito de la «gran familia» puertorriqueña, sino más acerca de las pasiones y de los intereses de sus propietarios, más sobre el Poder constituido en forma interior, familiar. Asimismo, nos interesa saber más sobre las transacciones con los nuevos socios, y sus consecuencias para los puertorriqueños.

La sospecha es una forma de la cólera.

El autor es profesor de Literatura en la Universidad de Princeton.

nes son imágenes consagradas de ciertos saberes y de culto de las pasiones tranquilas.

Volvamos al Banco Popular. Entre los muchos aspectos culturales y políticos que me llamaron la atención en la reciente huelga general en Puerto Rico en protesta por la venta de la Telefónica, sobresale el papel del Banco Popular. El Banco llegó a convertirse, por su protagonismo, en objeto visible del encono de amplios sectores que no encontraron respuestas satisfactorias a las dudas que surgieron sobre la venta. No debe extrañarle a nadie. El Banco Popular no sólo tiene capital, dinero contante y sonante, como se decía antes, sino también capital simbólico en la cultura puertorriqueña. Ese capital ha sido cultivado asiduamente por el «marketing» en sus imágenes filmadas y grabadas, confirmado por las densas y graves puestas en escena de su filantropía ante un público admirativo, por la arquitectura que ha favorecido en diferentes etapas de su historia y que preside la Milla de Oro en San Juan, por la omnipresencia de las ATH y sus anuncios, y, desde luego, por el discurso de la «gran familia» puertorriqueña permanentemente redescubierta en el propio pasado familiar. El Banco tiene otra manera de hacer política, y, lo que no puede ser pasado por alto, un modo complejo de ejercer el poder cultural.

¿Qué pasa con la tranquila pasión del lucro en los tiempos del cólera? Fue notable la fuerza con que sonó la protesta contra el Banco Popular durante la huelga. La denuncia ponía el énfasis en la complicidad del Banco con el entramado financiero y transnacional. Acaso lo que ocurrió durante estos meses en Puerto Rico pueda compararse con la agresividad y la rabia que pueden llevar a los creyentes a romper imágenes piadosas cuando no responden a sus reclamos. La cólera, que por supuesto no es una pasión tranquila, pone en entredicho el pacto con la deidad mediante formas de blasfemia. Algunas de las blasfemias recordaban la *Ópera de tres centavos* y la cita de Bertold Brecht empleada como provocador epígrafe en la novela *Plata quemada*, de Ricardo Piglia: «¿Qué es robar un banco comparado con fundarlo?»

Tanto la serenidad como la cólera fueron elementos centrales de la cultura política que se puso de manifiesto en esos días, y que, más allá de lo que pueda ocurrir en el futuro, nos permite vislumbrar algo de lo visible y lo secreto de la situación puertorriqueña en medio del debate sobre las privatizaciones y sus implicaciones en este fin de siglo. Creo que una forma de entrar es a través del discurso pronunciado por televisión y radio por el presidente del Banco, Richard L. Carrión, el 17 de julio pasado, que fue publicado al día siguiente en todos los periódicos del país. El Banco, a diferencia de otros protagonistas de la venta, tenía nombre y apellido. Los otros socios no parecían tener rostro, ni lealtades definidas.

De entrada, hay que decir que no se trata de un documento de gran fuerza intelectual o retórica. Tiene mucho de lo que ahora se llama infoentrenimiento: promete una información «desde adentro» que en rigor no se cumple. Pero ciertamente es mucho más coherente que las patéticas intervenciones públicas de nuestros políticos. ¿Hay discursos memorables que hayan calado hondo después de Muñoz Marín, Albizu Campos o Concepción de Gracia? Frente al silencio y la mediocridad de nuestro actual gobernador, el