

La penetración bancaria de la Universidad: El neo-colonialismo del *Grupo Santander*

Dávila, Jorge*

Introducción

Para el análisis que aquí se presenta, tomamos el caso de la Universidad de Los Andes (Mérida-Venezuela). En su Facultad de Ingeniería, en la nueva sede a la que aún en octubre de 2005 no se ha terminado de mudar, se ha pretendido instalar y poner en operación una agencia bancaria. En esa nueva sede de la Facultad, las aulas de clases resultan insuficientes para la cantidad de estudiantes que tiene inscritos. Allí hay docentes investigadores que no encuentran espacio para ubicar sus unidades de investigación y de enseñanza de post grado. Allí, en el pasillo que separa un laboratorio y un aula de clases, se instala, flamante, lujosa, imponente, humillante, una agencia del *Grupo Santander*: el poderoso consorcio financiero, de capital español, que adquirió en Venezuela el llamado "Banco de Venezuela".

Nuestro análisis espera mostrar que mediante una docilidad incompatible con el espíritu universitario, por parte de las autoridades de la Universidad, el grupo financiero pretende expandir su penetración del mundo académico. Se trata de una penetración que el *Santander* desarrolla de manera sistemática desde 1997 en el ámbito universitario, especialmente en Latinoamérica. La lógica de esa penetración consiste en monopolizar el espacio humano universitario, no sólo como un cuerpo de clientes activos o potenciales, sino como un espacio que adopte, desarrolle y propague la ideología propia del capitalismo financiero para que las universidades acepten pasivamente el control privado de la educación superior pública. Al efecto, el grupo financiero busca intervenir en la implantación de la tecnología de la información no sólo en el ámbito financiero, sino que busca también apropiarse del sistema de gestión administrativa y académica de la institución

universitaria. La punta de lanza de esta pretensión neo-colonialista la constituye la usurpación de la identidad de todo el personal laboral y estudiantil de la universidad por medio de un carnet de identidad electrónico que, formando parte de un gran complejo publicitario al servicio del Banco, controla la vida del universitario bajo el velo de ser una tarjeta de débito.

El análisis que presentamos se apoya, por una parte, en documentos fidedignos de la Universidad de Los Andes, relacionados con la firma de un convenio con el *Grupo Santander* y con la referida instalación de la agencia bancaria en la Facultad de Ingeniería. Por otra parte, nos servimos de la información pública del programa de relación con universidades que el *Grupo Santander* coloca en Internet tanto en su propio portal como en los portales de la empresa *Universia* que le rinden servicio al grupo financiero.

1. La docilidad contra-universitaria de las autoridades de la Universidad de Los Andes frente al poder financiero del *Grupo Santander*

¿Cómo apareció la agencia bancaria del *Grupo Santander* en la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Los Andes? La respuesta es tan sencilla como dolorosa para el espíritu universitario: gracias a una "toma de decisiones" por parte de las autoridades universitarias completamente puesta al servicio del poder financiero. Veremos que es eso lo que muestra la siguiente descripción cronológica de los hechos.

Según informaron miembros del Consejo de Facultad de Ingeniería y el Decano, luego de las vacaciones de agosto de 2005 y sorprendidos ante la construcción ya visible en el sótano del edificio de la Facultad ubicado en el Núcleo de La Hechicera, nin-

* Investigador del Centro de Investigaciones en Sistemología Interpretativa, Universidad de Los Andes.

guna autoridad actual de la Facultad autorizó la instalación de la agencia¹.

Posteriormente, el Decano ha informado que, en septiembre de 2004, tanto el anterior Rector como el profesor que ocupa actualmente ese cargo, junto con representantes del *Banco Santander*, firmaron “un acuerdo que comprometía la Universidad a permitir la instalación de una agencia en el Núcleo La Liria o en el Núcleo La Hechicera, a cambio de que el Banco cubriera los costos de una red inalámbrica”. El acuerdo se inscribe, aparentemente, en un convenio firmado con anterioridad. Ese convenio, firmado por el Rector anterior en febrero de 2003, no estipula nada sobre la participación del Banco en instalación de redes inalámbricas.

El 22 de noviembre de 2004, el equipo rectoral pasó como información al Consejo Universitario un “Convenio de colaboración entre la Universidad de Los Andes, la Corporación Parque Tecnológico de Mérida, Banco de Venezuela S.A., Banco Universal, Fundación Banco de Venezuela A.C., y Servicios Universia Venezuela, S.U.V. S.A.”, según está indicado en la Agenda N° 37, punto 37, numeral 1. Ningún miembro del Consejo Universitario, distinto a las cuatro autoridades rectorales (que obviamente debían conocer el convenio) se interesó por el asunto de manera formal. Ni siquiera se entregó copia del convenio. Según indica un ex-miembro del Consejo, “sólo se hicieron comentarios informales sobre las facilidades que se otorgarían a los profesores interesados y varios Decanos se mostraron interesados en la instalación de cajeros”. De manera que en el Consejo Universitario no se discutió formalmente ese convenio. De toda evidencia, no es este convenio el que se pudo invocar para el acuerdo de canje entre instalación de agencia bancaria y pago de red inalámbrica².

El 28 de diciembre de 2004, el Vicerrectorado Administrativo, visiblemente molesto por una retención indebida del dinero de la institución universitaria para pago de salario por parte del *Banco de Venezuela – Grupo Santander*, expresó públicamente en un mensaje enviado por el correo electrónico a todo el personal: “todo este problema fue creado por el Banco de Venezuela, razón por la cual este Vicerrectorado cancelará todas las cuentas institucionales y a partir del mes de enero solicitaremos a cada Profesor y Trabajador que cancele su cuenta nómina y emigre a otros bancos de la localidad. Además de ello, apenas nos reincorporemos solicitaremos a nuestra Consultoría Jurídica un estudio del caso para emprender las acciones legales pertinentes. Igualmente haremos la denuncia correspondiente a la Superintendencia de Bancos. Esta retención es insólita y no podemos permitir que vuelva a ocurrir”. Nunca se cumplió esta promesa del profesor que ocupa ese Vicerrectorado³.

De acuerdo con la información que ha entregado el Decano actual al Consejo de Facultad, se conoce que el Decano anterior de la Facultad de Ingeniería fue, al menos, “consultado” sobre la ubicación de la agencia bancaria en la Facultad de Ingeniería. Eran los últimos días de la gestión del anterior Decano que cesó en sus funciones a mediados del mes de mayo. Según un oficio enviado a la Dirección de Planificación y Desarrollo (Plandes), con fecha 29 de abril de 2005, desde su División de Recursos Físicos, esta División en conjunto con “personal del Banco de Venezuela ... así como con las autoridades de las diferentes facultades” trabajó en “la ubicación de espacios idóneos” para “la cesión en comodato de un espacio para la construcción de la Agencia Universitaria del citado banco”. Se afirma allí que: “La ubicación de la agencia en el Edificio “B” de la Facultad de Ingeniería, fue consultada con el Prof. Rubén Áñez, Decano

- 1 Debe tenerse en cuenta la situación irregular en que se encuentra todo el cuerpo de autoridad de la Universidad de Los Andes. Los actuales Decanos y los representantes de profesores y alumnos ante los Consejos de Facultad y Universitario de la Universidad de Los Andes fueron elegidos en abril de 2005 en unas elecciones amparadas en un reglamento electoral cuya nulidad por violaciones a la Ley de Universidades vigente ha sido demandada al Tribunal Supremo de Justicia. Igual demanda cursa para la elección de las actuales autoridades rectorales que ejercen esos cargos desde septiembre de 2004.
- 2 Se puede constatar con facilidad la existencia de una red inalámbrica llamada “BIACI-UNIVERSIA” e identificada como “ESSID” que, de acuerdo con el nombre, relaciona la Biblioteca de la Universidad de Los Andes ubicada en el Núcleo La Hechicera con la empresa del *Grupo Santander* denominada *Universia*.
- 3 Es probable que los gerentes del *Banco de Venezuela – Grupo Santander* le hayan “recordado” a quien ocupa el Vicerrectorado Administrativo de la Universidad de Los Andes que el convenio del año 2003 establece en la cláusula segunda que es “compromiso de la UNIVERSIDAD frente a EL BANCO incrementar y mantener su actividad financiera y de gestión de tesorería, mediante la realización de sus pagos e inversiones”.

de la Facultad". El Decano nunca informó nada al respecto a ningún órgano de la Facultad. El oficio citado de la División de Recursos Físicos de Plandes señala finalmente: "la decisión que tome el Prof. Léster Rodríguez como máxima autoridad de la institución, igualmente deberá ser conocida por el Decano". Este profesor ocupa actualmente el cargo de Rector.

Plandes respondía así una solicitud de la Secretaría Ejecutiva del Rectorado recibida el 27 de abril. El mismo oficio da cuenta de un "exhaustivo estudio de factibilidad" (¡realizado en 48 horas!) que resultó en señalar que "es factible" instalar la agencia en la Facultad de Ingeniería. El oficio incorpora, como mero adorno, una réplica en miniatura de los planos de ubicación del edificio de la Facultad y del espacio (pasillo) donde se podría instalar la agencia. De acuerdo con lo expresado en el oficio, el análisis de factibilidad tomó muy en cuenta los criterios de exigencia del banco: una zona con alta población universitaria, un área de construcción bajo estructura ya firme, cercanía de estacionamiento para el servicio de transporte de dinero. Por el contrario, el análisis de factibilidad no tomó en cuenta elementales exigencias establecidas en la Ley de Universidades en relación con el uso del recinto universitario.

Como se ve, las circunstancias de decisión formal no sólo en relación con el Convenio sino con la instalación de la agencia bancaria son oscuras. Veamos que pasó con el "informe de factibilidad" de instalación de la agencia bancaria. De acuerdo con el citado oficio de Plandes, la decisión de instalar o no la agencia en el sitio "factible" debió tomarla el "Prof. Léster Rodríguez".

Un oficio de la Dirección de Plandes, del 2 de mayo de 2005, enviado a la Secretaría Ejecutiva del Rectorado remite el "informe de factibilidad ... a los fines de instalar la Agencia Universitaria producto de convenio entre la Universidad y el Banco de Venezuela". Según ese oficio, el Decano sí fue informado de la ubicación de la agencia en su Facultad pues el oficio fue enviado con copia para él.

El 4 de mayo de 2005, la Secretaría Ejecutiva del Rectorado envía al Director de Relaciones Interinstitucionales, "para su atención directa", copia del "Informe de Factibilidad elaborado por PLANDES, relacionado con la instalación de una Agencia de 'Universia' [sic] en espacios universitarios".

El día siguiente, el susodicho Director le escribe a la *Licenciada Nidia Lincon, Gerente de Negocios Universidades*⁵, remitiendo "para su conocimiento y fines consiguientes comunicación de la Dirección de Planificación y Desarrollo de la Universidad de Los Andes, referente a la colocación de una Agencia del Banco de Venezuela en los predios universitarios".

Renglón seguido indica: "como se desprende de la citada comunicación, todos los detalles parecen estar cubiertos".

En verdad, no estaban cubiertos todos los "detalles". La ubicación de la agencia en el espacio donde se ha construido es completamente violatoria de las disposiciones que sobre el *recinto universitario* tiene pautadas la Ley de Universidades. La agencia fue construida en un pasillo de circulación que separa aulas de clases y laboratorios de la Facultad de Ingeniería. De toda evidencia, la agencia fue construida en el *recinto universitario*. La Ley establece de manera precisa, en su artículo séptimo, que el recinto universitario es *el espacio precisamente delimitado y previamente destinado a la realización de funciones docentes, de investigación, académicas, de extensión o administrativas, propias de la institución*. El edificio que ocupa ahora la Facultad de Ingeniería fue concebido, y construido, con el único propósito de servir para esas funciones desde hace treinta y cinco años. En ese lapso ha servido a distintas Facultades y dependencias estrictamente universitarias.

Por lo demás, es claro que la información remitida al Banco de Venezuela no contiene ninguna decisión sobre la aprobación de la instalación de la agencia. Es razonable suponer que la Licenciada Lincon haya reclamado eso.

Se conoce un oficio del Rectorado, del 6 de mayo, donde el profesor L. Rodríguez avala "en su totalidad" tres oficios: a) el referido oficio de Plandes del 2 de mayo, b) el oficio de su Secretaría Ejecutiva con el que envía a la Dirección de Relaciones Interinstitucionales de la Universidad el informe de Plandes "relacionado con la instalación de una Agencia de 'Universia' en espacios Universitarios", y c) el oficio de la citada Dirección de Relaciones Interinstitucionales dirigido a la *Gerente de Negocios Universidades*, Banco de Venezuela, con el que remite el informe de Plandes "referente a la colocación de una Agencia del Banco de Venezuela en los predios universitarios" y solicitando "los planos de la Agencia en formato digital" que "esta Dirección [Plandes] requiere para continuar con esta actividad". En ninguno de los tres oficios avalados por el Rectorado, ni en el propio aval, se dice con claridad que se haya aprobado la instalación de la agencia bancaria, pues todos los oficios remiten sólo un "informe de factibilidad". De manera que ¡ni siquiera el aval del Rectorado es una decisión ni aprobación de la instalación de la agencia bancaria en la Facultad de Ingeniería, pues lo que avala, en fin de cuentas, es la factibilidad de la instalación! Pero, ¿no hubo entonces aprobación?

Antes de responder esta pregunta, merece ser reseñado que el *Grupo Santander* organizó el 19 y

20 de mayo de 2005, en Sevilla, el *Primer Encuentro de Rectores Universia*. Allí se habló en nombre de todos los miembros de la Universidad de Los Andes: "Es un gran honor para la comunidad de nuestra Universidad de Los Andes estar presente en la celebración de los 500 años de la Universidad de Sevilla, convocados bajo el patrocinio de UNIVERSIA, iniciativa privada del Banco Santander".

El orador fue el profesor que avaló la factibilidad de ubicar una agencia del Santander en la Facultad a la que pertenece en su Universidad. Al final de su discurso, también explicó a la audiencia *académico-bancaria* que "su universidad" es: "*una stakeholder university: el conjunto de relaciones que establece la ULA con su entorno, pero relaciones con sus grupos de interés, es decir proveedores de bienes y servicios, contratistas, competidores, clientes, donantes, vecinos, intermediarios financieros, socios*. Y concluyó el orador con esta afirmación de vivo interés para los financistas del evento, los banqueros del *Grupo Santander*: *El presupuesto de la Universidad es superior al del gobierno de la provincia y supera la sumatoria del presupuesto del conjunto de los municipios de la Región de Los Andes*.

Sin duda, ¡un buen botín para un banquero de apellido Botín! Entonces, ¿se aprobó la instalación y operación de la agencia?. Hay, curiosamente, un fax del *Banco de Venezuela / Grupo Santander*, enviado el 28 de julio al Vicerrectorado Administrativo de la Universidad por la *Gerente del Programa Universidades* (Nidia Licón), en el que dice: "*anexo documentación emitida por las diferentes entidades de la Universidad, así como del rectorado, donde se aprueba la implantación de la agencia Universitaria Banco de Venezuela*". De manera que **¡ha sido el Grupo Santander el que le informa a la Universidad de Los Andes que esta universidad aprobó la instalación de una agencia bancaria del Grupo Santander!** Es de suponer que la Sra. Licón envía al Vicerrectorado Administrativo el aval que salió del Rectorado el 6 de mayo: sin duda, ¡un curioso círculo de servil toma de decisiones!

Al parecer, de todo esto no se informó al Decano actual sino hasta el día 14 de septiembre. En efecto, ese día el Vicerrectorado Administrativo le informa al Decano que ¡el día 12 de agosto! el Banco de Venezuela escogió a la empresa Desarrollos 21 C. A. para la construcción de la agencia. La obra comenzó a ejecutarse a mediados del mes de agosto (es de su-

poner que con autorización del Vicerrectorado Administrativo) y ¡el 14 de septiembre de 2005 la construcción estaba en su etapa final! En todo caso, antes del 14 de septiembre, ningún órgano de gobierno de la Facultad parece haber sido informado.

¿Qué dice el convenio que se invoca en los oficios de los distintos órganos de la Universidad que le permitieron al *Grupo Santander* construir la agencia?. El Consejo de la Facultad ha tenido acceso a una copia del convenio entre el Banco de Venezuela S. A. Banco Universal y la Universidad de Los Andes, **firmado en febrero de 2003** por el ex-Rector Genry Vargas y un tal Presidente Ejecutivo del banco. En la copia del convenio no aparece constancia de que el mismo haya sido aprobado o refrendado por el Consejo Universitario, como debería ser, ni tampoco hay evidencia de que sea un documento con validez jurídica. Ese convenio, con claros rasgos de no ser más que un compromiso personal del Rector G. Vargas, establece como "compromiso de la Universidad", en la cláusula 2.4: "Dar en comodato a EL BANCO un espacio físico dentro de las instalaciones de LA UNIVERSIDAD, para la instalación de una Agencia Universitaria de EL BANCO, y facilitar las conexiones para los puntos de luz eléctrica y teléfono, que permitan un mejor servicio financiero a la comunidad". Como resulta evidente, no se puede invocar ese convenio, en cuyo ejemplar puesto a la disposición de la Facultad no hay constancia de que haya sido sancionado por el Consejo Universitario, para que la Facultad acepte la instalación y operación de la agencia bancaria en su recinto dedicado a actividades propias de universidades.

A todas luces, no es ese el convenio que pasó por el Consejo Universitario, en noviembre de 2004, pues no aparece allí ninguna referencia a la Corporación Parque Tecnológico de Mérida ni a la Fundación Banco de Venezuela A. C., ni tampoco a Servicios Universia Venezuela S. A. (estas dos últimas instituciones están estrechamente ligadas al *Grupo Santander*) que sí aparecen citadas en la descripción del convenio que da la Agenda del Consejo Universitario del 22 de noviembre de 2004. Según información pública del *Grupo Santander*, la Universidad de Los Andes es "institución socia de Universia Venezuela S. A." al menos desde 2003⁵, aunque en el convenio firmado en 2003 no aparece ninguna mención a la empresa *Universia*. De manera que esto indica que nun-

4 Según documentación oficial del Banco de Venezuela, el apellido de esta persona es Licón y su cargo es de "Gerente del Programa Universidades" del *Grupo Santander* en Venezuela.

ca se informó cabalmente, sobre el verdadero convenio firmado, ni al Decano actual ni a la Facultad.

Es evidente que la aceptación de la instalación y operación de esa agencia bancaria constituye un precedente según el cual no se podría negar que, con el mismo "derecho" con el que se le habría otorgado permiso a un banco, se le otorgue a otros bancos, a agencias de viaje, a supermercados, a farmacias, a tiendas de videos, librerías y hasta negocios menos limpios. Este precedente constituye la puerta de entrada para la conversión del recinto universitario en centro comercial.

Frente a todo este panorama, y con la obra de construcción de la agencia ya concluida, las autoridades de la Facultad sólo atinaron tímidamente a solicitar, informalmente, al Consejo Universitario que suspendiera la apertura de la agencia hasta que ese Consejo explique la legalidad del convenio. También, en lugar de convocar los órganos legales de decisión, acordaron la realización de un referéndum en el que todo el colectivo de la Facultad opine sobre la aceptación o no de la agencia bancaria. La autoridades de la Facultad fueron incapaces de paralizar la obra de construcción haciendo uso de sus atribuciones de Ley.

Este cuadro de absoluta irresponsabilidad en el manejo de la institución se añade a la larga cadena de desafueros que desde hace décadas se acumulan en la Universidad de Los Andes y cuyo eslabón más reciente ha sido la elección ilegal de todas las autoridades. Es otro importante eslabón en el camino de degradación del sentido académico y del espíritu universitario que viven las universidades nacionales autónomas venezolanas desde hace más de veinticinco años. Para comprender a qué obedece la docilidad, y hasta el servilismo, de la autoridad actual de la Universidad ante el grupo financiero habría que remitirse a análisis que se han desarrollado en otros escritos⁵. Sólo recordaremos aquí que una larga tradición de esclarecimiento del acontecer universitario en Venezuela ha mostrado el enorme peso que ha tenido la mediocridad en la degradación del auténtico sentido universitario. Desde mediados del siglo XX, en ensa-

yos inmortales como *La hora undécima*, de Mario Briceño Iragorry, pasando por las reflexiones de J. M. Briceño Guerrero y Abdel M. Fuenmayor P. en la Universidad de Los Andes, durante más de cuarenta años, y las de Ernesto Mayz Vallenilla en la Universidad Simón Bolívar, hasta los ensayos reunidos en el citado libro *Pensando en la Universidad*, se ha mostrado el gran riesgo en que se colocó la universidad venezolana sometida a las fuerzas grupales o individuales comprometidas con intereses particulares que nada tienen que hacer en el ejercicio verdaderamente universitario. Lentamente el riesgo se convirtió en cruda realidad. La situación actual no es otra que el dominio absoluto de la mediocridad institucional al instalarse el vicio institucionalizado en el puesto de honor de la autoridad. Se abrió así el mayor cauce jamás imaginado a la destrucción de las virtudes propias de la vida académica.

En lo que resta de este ensayo construiremos una explicación del fondo en que se juega la operación de convenio de la Universidad con agentes del mundo bancario. ¿Qué significa un convenio de la Universidad con el Banco Santander? Para responder esta pregunta, aunque hace falta mirar el contenido del convenio particular (lo que haremos en la medida en que avance nuestro ensayo, refiriéndonos al supuestamente firmado en 2003) resulta de mayor interés escudriñar en los propósitos declarados del mismo grupo bancario cuando establece relaciones con el sector universitario en cualquier país. Para ello nos apoyaremos en la información pública del *Grupo Santander* disponible en Internet⁶.

2. Poniendo al desnudo la relación del Grupo Santander con las universidades

¿Qué es el Banco Santander? Veamos una reciente descripción que se encuentra en una página web estrechamente asociada al mismo Banco:

El sueño bancario español: *Tras la reciente integración de Abbey National, el sexto banco británico, Santander se ha convertido en el primer banco de la zona euro con una capitalización bursátil de más*

5 Cf. servicios.universia.edu.ve

6 Se pueden leer los ensayos contenidos en el libro: "Pensando en la universidad", J. Dávila (compilador), Edic. Panapo – CSI-ULA, Caracas, 2001. En relación con la pérdida de la dignidad académica puede verse: J. Dávila, *La defensa de la legalidad universitaria como defensa de la dignidad académica*, disponible en: www.ing.ula.ve/~sisint/dignidad.pdf

6 La información puede verse en la página del *Grupo Santander*, gruposantander.com, y a través del portal Universia. Particular interés reviste el programa "Santander Universidades" del que hay informes disponibles hasta el año 2004.

de 57.000 millones de euros, y sólo los británicos HSBC y Royal Bank of Scotland (aliado del propio Santander durante los tres últimos lustros de expansión) le superan en tamaño en Europa y las Islas Británicas. (www.wharton.universia.net)

Como se ve, no es un banco cualquiera. Es uno de los más importantes representantes del capital transnacional de origen español. El Banco Santander, o *Grupo Santander*, como se llama, es un *holding* bancario que, así como adquirió el *Abbey* británico, ha adquirido muchos otros bancos en muchos otros países –así en Venezuela, el “Banco de Venezuela”. El *Grupo Santander* desarrolla una estrategia de negocios a escala mundial que describe la misma página web asociada al grupo financiero en estos agresivos términos:

La armada bancaria española: *Felipe II, Rey de la Corona española, vivió los tiempos dorados de la hegemonía española en Europa durante el siglo XVI, apoyada en el poder económico y marítimo logrado tras el descubrimiento de América en 1492. La Armada española, -su flota de barcos- controló durante décadas los mares de uno a otro confín. Casi cinco siglos después de aquella espectacular expansión política, el sector bancario español, con sus buques insignia Banco Santander y BBVA⁷, vive una nueva época de gloria. Tras conquistar Latinoamérica, y en pleno ciclo de subidas de tipos en EEUU, las dos mayores entidades españolas se han lanzado a conquistar el mercado europeo -por encima de alemanes, franceses y holandeses-, y rivalizan ya con las potentes entidades de las islas británicas, al igual que ocurrió en el siglo XVI con las flotas de galeones españoles e ingleses.* (www.wharton.universia.net)

Más que una analogía, puede leerse aquí una política financiera, propia del capital transnacional, que se inscribe en la vieja tradición colonialista. En efecto, el *Grupo Santander* está sirviendo como puntal de una dimensión del nuevo colonialismo (¡español en América!) completamente novedosa, a saber: la penetración del implacable capital financiero en la vida intelectual, particularmente en las instituciones responsables de la ciencia, la cultura y la educación

universitaria. Una suerte de *Unesco invertida*, una *Unesco* guiada por el valor de las finanzas internacionales, es decir, una *Unesco* dedicada a la inversión financiera.

¿Cómo desarrolla esa penetración el *Grupo Santander*? Desde hace unos años, el Grupo comenzó a usar en su ‘imagen corporativa’ el lenguaje propio de la vida intelectual. Así, ya es usual que el Banco se identifique, especialmente en España, como: “*Santander – Central Hispano. El valor de las ideas*”. O también que, más generalmente, se llame a sí mismo: “*Santander, el Banco de los universitarios*”.

Al usar expresiones como éstas, no ha sido completamente original. Desde la década de los ochenta, el capitalismo internacional, y unos cuantos nacionales, emprendieron la desvirtuación del lenguaje para camuflar sus intereses. Las grandes empresas invierten (en el sentido económico) cada vez más en el uso publicitario del lenguaje a costas de que se *invierta* el lenguaje (*inversión* en el sentido de colocar al revés las significaciones). El *Grupo Santander* aplica metódicamente este esquema publicitario de diseño de “imagen corporativa” al lenguaje propio de la vida académica. Así, la expresión “el valor de las ideas” pretende ser asociada con el beneficio lucrativo de los banqueros, haciendo ver que el banco se pone al servicio de las ideas. En el fondo, la expresión se invierte para significar que una idea es valiosa si produce dinero como lo produce la usura bancaria; pero, sin decir “usura” porque, a fin de cuentas, los bancos también “generan ideas” (¡eso quieren decir!). Conceder de la importancia que para el negocio tiene el uso publicitario de la relación con la institución universitaria, el Banco se reserva, en la cláusula novena del Convenio con la Universidad de Los Andes, que “el convenio y los acuerdos específicos que de él se deriven podrán ser objeto de publicidad a nivel nacional e internacional”. Ciertamente, con esto el Santander no produce una gran idea, pero sí da señas precisas de conocer bien la importancia que tiene la claridad de las cláusulas en el plano jurídico.

Pero hay algo en lo que sí ha sido original el *Grupo Santander*: la penetración directa a la vida de la institución universitaria; penetración que opera por intermedio de un programa diseñado para alcanzar ese objetivo. El Banco expresa que desde hace ocho años sostiene un vasto y costoso programa llamado

7 Nota añadida: El BBVA es el Banco Bilbao Vizcaya, otro banco español que adquirió en Venezuela el Banco Provincial.

"Santander Universidades". ¿Qué se propone ese programa? ¿Cuán vasto y costoso es el programa? ¿Cómo opera?

3. El propósito del programa *Santander Universidades*

El programa se propone convertir a las universidades en brazos extensivos del capital financiero. No es en esta forma cruda como lo dice el grupo bancario. Sin embargo, limando eufemismos, es eso lo que se entiende de las palabras del Presidente del Grupo Santander [el Señor Botín (!)] quien, al definir a *Santander Universidades* como "la mayor alianza internacional entre una entidad financiera y el mundo universitario", expresa: "*seguimos con interés los nuevos desafíos que la sociedad del conocimiento plantea a nuestras universidades y sus relaciones con la empresa. Es necesario que juntos afrontemos uno de los grandes retos del siglo XXI: desarrollar la dimensión emprendedora de la universidad*". (Emilio Botín, *Santander Universidades*, informe 2004, p.).

Queriendo sugerir la supuesta bondad del programa para el "mundo universitario", el mismo personaje señala que el apoyo del Grupo es "una vía para rentabilizar su capacidad investigadora y su potencial de generación de innovaciones técnicas y científicas"; capacidad y potencial de las universidades, se entiende. "Rentabilizar" quiere decir, en palabras más precisas del banquero, que las universidades tengan "la capacidad de plasmarse en proyectos empresariales los resultados de la investigación".

En sano juicio académico, "rentabilizar la investigación" no es una tarea que le compete a las instituciones universitarias. El compromiso de la universidad no es con la posibilidad rentable del saber; es con la verdad que se busca y se expresa en el saber (que si no, no es saber en absoluto). Desde los remotos orígenes de la vida académica, el afán mercantilista, crematístico, financiero o economicista ha sido ajeno y contrario a la esencia e ideal académicos, por la sencilla razón de que la Verdad no tiene precio. De manera que la aparente bondad del programa *Santander Universidades* para el "mundo universitario" —*rentabilizar la investigación*— no es otra cosa que un disfraz del intento de colocar a la Academia como colaboradora de la institución financiera en el cumplimiento de un objetivo incompatible con la esencia de la Universidad y su sentido auténtico. Claro está, los vientos mercantilistas que soplan desde la década de los ochenta a los sentidos de muchos miembros de las universidades se han convertido en cantos de sirena que los encanta. Así, tenemos hoy universitarios que se sienten convidados a la misma mesa del capi-

tal financiero y entregan su espacio comprometido con la ciencia, la técnica, la filosofía y el arte al interés de la acumulación de las empresas capitalistas. El informe del programa *Santander Universidades* de 2004 despliega las apologías de varios personajes universitarios en relación con la "bondad" del Grupo Santander. Un buen profesor de filosofía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) expresa: *El Grupo Santander se está convirtiendo en uno de los grandes mecenas de la lengua española. Sus apoyos son decisivos para las ciencias y las humanidades en estos tiempos difíciles de América Latina*. El profesor recibe financiamiento para su cátedra, claro está, del Santander. A él le antecede en su afirmación el Rector de su Universidad con estas palabras: *El Grupo Santander será una referencia no sólo por su exitoso modelo de hacer banca, sino por ser el principal mecenas de la universidad iberoamericana*. Con la UNAM a la cabeza, México es el país con mayor número de instituciones de educación superior que han amarrado convenios con el Grupo Santander (esas instituciones mexicanas conforman el 30 % del total que son socias de *Universia*).

También se puede leer en el informe del programa *Santander Universidades* muchas cosas sobre la bondad (la verdadera y realizable bondad) para el Grupo Santander. Veamos:

Con el mismo lenguaje eufemístico que repiten los universitarios que lo apologizan, el grupo financiero español se ufana al señalar, en su informe del programa del año 2004, lo siguiente: "*la apuesta del Grupo Santander por las universidades representó, en 2003, un mecenazgo global de 51,3 millones de euros, el 2 % del beneficio neto durante el pasado ejercicio*"

La verdad es que no es un verdadero mecenazgo. ¿Por qué? El caballero romano *Mecenas*, el original, el auténtico (quizás el único), se ocupó de facilitar la vida material de los grandes poetas de su tiempo (Virgilio, Horacio) echando mano de su posición influyente con Augusto y con erogaciones de su propio peculio. ¿Con cuál interés?. Ninguno de carácter personal ni de algún grupo financiero. Desde entonces hay mil malos remedos del ilustre romano a los que se les denomina "mecenases". El mundillo bancario, casi desde sus orígenes, ha sido promotor de los remedos. La tarea la iniciaron, con exuberante esplendor, los Médicis florentinos en los siglos XIII y XIV. Los banqueros de hoy, con igual mentalidad usurera que sus ancestros, imitan mal el "mecenazgo" de los Médicis. Los de ahora no paran mientes en penetrar los espacios sociales de la cultura para ponerlos a su favor financiero; los de antes, al menos, querían

ver florecer la cultura, aunque su "mecenazgo" servía para liberarse de las terribles culpas ante los poderes eclesiástico y político que eran uno y el mismo; por lo demás, finalmente controlados por el poder financiero⁸. Ya no hay *Mecenas* en el mundo financiero, y los simulacros están cada vez más alejados de aquellos "buenos" remedos florentinos. Como veremos enseguida, tras el "mecenazgo" del *Grupo Santander* está su más puro interés financiero.

4. ¿Cuán vasto y costoso es el programa Santander Universidades?

Si el programa dirigido a las universidades por el *Grupo Santander* es un verdadero mecenazgo, no puede ser otra cosa que un auténtico compromiso mercantil, un negocio. Así es, y lo reconoce el mismo *Grupo Santander*: en el último cuadro que contiene el citado informe se indica el monto del supuesto mecenazgo en todos los años del programa desde 1998. El cuadro presenta gráficamente el incremento desde 10 millones de euros, en 1998, hasta los 51,3 millones de euros de 2003. El título del gráfico es completamente realista: "Inversión en Santander Universidades"

Eso es: una inversión; financiera, claro está. La cifra de 51,3 millones de euros parece alta. Es equivalente a unos 150.000 millones de Bolívares. ¿Cifra alta? Veamos:

Notemos, en primer lugar, que los 150.000 millones de bolívares corresponden al monto global de la inversión; es decir, lo que se destina a todas las universidades. Compárese esa cifra con el monto del presupuesto otorgado para un año por el gobierno nacional tan sólo a la Universidad de Los Andes: unos 400.000 millones de bolívares, es decir, cerca de tres veces la inversión mundial del Santander en su programa universitario.

En segundo lugar, la altura del monto del "mecenazgo" se ve disminuida si tenemos en cuenta la cantidad de instituciones de educación superior que tienen relación con el grupo bancario: el *Grupo Santander* tiene "convenios de colaboración" con 346 instituciones académicas de educación superior en España, Portugal y Latinoamérica y tiene como "univer-

sidades socias en *Universia*" a 759 universidades. Según el citado informe, la inversión se dividió en 2003 así: 51,3 millones de euros para los convenios y 14,8 millones de euros para *Universia*. Si suponemos que el monto global de la inversión en convenios del *Grupo Santander* se distribuye uniformemente, entonces cada institución académica que tiene convenio con el *Grupo Santander* recibiría anualmente unos 150.000 euros (o sea, apenas unos 450 millones de bolívares). De nuevo, si comparamos con la Universidad de Los Andes, el "mecenazgo" promedio anual del *Grupo Santander* a la institución universitaria es 900 veces menor que el aporte anual del gobierno nacional a la Universidad de Los Andes. Todavía más: ¡sólo el gasto de funcionamiento de la Universidad de Los Andes (más de 40.000 millones de bolívares) representa 90 veces el tal "mecenazgo"! Si se hace la misma cuenta con la inversión en *Universia*, cada institución recibe en promedio 20.000 euros, unos 60 millones de bolívares, o sea, una cifra 6.600 veces menor que lo que recibe la Universidad de Los Andes del gobierno nacional.

Según los datos que aporta el informe del programa *Santander Universidades* del año 2004, el grupo financiero santanderiano ha invertido en este programa, desde su inicio en 1997 y hasta el año 2003, un "mecenazgo total en educación superior" de 128,7 millones de euros. Esa cifra es todavía menor que la asignación presupuestaria anual del gobierno nacional venezolano a la Universidad de Los Andes. Si se incluye la inversión en *Universia*, la inversión total en siete años es de 183,5 millones de euros. De ese monto total de la inversión de siete años, el *Grupo Santander* ha invertido más del 75% en las estrategias que son rentables para el banco de manera más directa, a saber: el portal *Universia*, que se maneja como una empresa en la que entran como socias las universidades, con inversión de 54,8 millones de euros, y el desarrollo de la punta de lanza del programa de penetración a la vida académica: la "tarjeta universitaria inteligente", con inversión de 44 millones de euros⁹.

En tercer lugar, comparemos entre negocios. Supongamos que la inversión del *Grupo Santander* se vea como mera publicidad. El programa *Santander*

8 Lorenzo de Médicis, el último grande de la dinastía, formado para ser príncipe, llegó a convertirse no sólo en gobernante que, desde ese espacio, desarrolló un mecenazgo propiamente político, sino que él mismo fue escritor de sólida formación humanista y literaria. Como hombre de negocios fue muy opaco, como ha sido la norma en los hombres de gran cultivo. Marcó así el camino imposible de los usureros: los banqueros debían volver a sus bancos. Cf. Christian Bec, *Le siècle des Médicis*, PUF, París, 1977.

9 Más adelante ahondaremos en el detalle de estas estrategias.

Universidades, como inversión del 2% del beneficio neto, puede verse como un gasto en publicidad, especialmente por lo que antes señalamos en relación con la 'imagen corporativa' del Grupo. Aunque no es una información de fácil acceso, se sabe que la inversión en publicidad que usualmente hace un gran grupo financiero cada año varía entre 3 y 5 por ciento de su beneficio neto. Claro está, el programa *Santander Universidades* no es sólo publicidad, como mostramos más adelante; pero, ciertamente el supuesto mecanismo santanderiano está por debajo del gasto usual en publicidad que hace un grupo financiero.

Nótese, finalmente, que siendo la inversión del programa *Santander Universidades* el 2% del beneficio neto, quiere decir que el beneficio declarado del *Grupo Santander* para 2003 fue de DOS MIL QUINIENTOS SESENTA Y CINCO MILLONES DE EUROS, o sea, unos 7,7 BILLONES DE BOLÍVARES. Las preguntas por responder entonces son estas: ¿Tan modesta inversión del *Grupo Santander* en su programa *Santander Universidades* contribuye en tan alto beneficio? ¿Cuánto de esa modesta inversión queda para las universidades? y ¿Qué beneficio, si alguno hay, recibe la institución académica? Para encontrar respuestas a estos interrogantes, es necesario ahondar en la comprensión del modo de operación de ese programa del *Grupo Santander*.

5. ¿Cómo opera el programa *Santander Universidades*?

El programa se divide en dos grandes estrategias de penetración financiera de la vida universitaria. Una se llama: "Convenios de colaboración". La otra: "*Universia*, la universidad de universidades"¹⁰. De la primera estrategia forma parte el Convenio del Banco de Venezuela con la Universidad de Los Andes. Cada una de esas estrategias cumple, en mayor o menor grado, estas tres funciones:

- La penetración de la educación superior como mercados financieros
- La consolidación de la ideología gerencialista propia del capitalismo financiero contemporáneo en los centros de producción académica
- El control privado (o "privatización") de la educación pública

Explicaremos que, en efecto, ese es el caso, al tiempo que iremos describiendo las dos estrategias y sus componentes.

5.1. Los "convenios": Entre espejitos y tarjetas electrónicas

Los llamados "convenios de colaboración" se conforman en la conjunción de cuatro sub-estrategias. La primera de ellas, es una imitación de los programas propios de organismos públicos o universitarios que normalmente se encargan del desarrollo y financiamiento de la investigación y el post-gradado. Pero es una mala imitación. El criterio de selección de los "beneficiarios", esperable de un grupo bancario, radica en la calificación de sus proyectos como "proyectos que construyan un ámbito universitario iberoamericano potente y competitivo". De acuerdo con ese criterio que resalta la idea de competitividad propia del mundo mercantilista, se escogen "estudiantes, doctorandos y profesores que sean exponentes del sentido del proyecto global de creación de comunidad característico de la relación del *Grupo Santander* con la Universidad"; un "proyecto global" que, como ya sabemos por la "idea" del Sr. Botín, pretende la "rentabilización" de la actividad académica. Así, los "convenios de colaboración" financian cátedras, proyectos de investigación, programas de post-gradado, otorgan becas y ayudas a programas de extensión. ¿Cuánto financian?

De acuerdo con la información cuantitativa que da el grupo financiero, no es en este aspecto de los

10 Hay una tercera estrategia llamada "Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes", un portal dedicado a mantener obras de lengua española digitalizadas (cervantesvirtual.com). Esta estrategia es el edulcorante del programa. El portal funciona amparado en una Fundación presidida por Mario Vargas Llosa y cuyo primer vocal es, como reza la información oficial de la Fundación, *Don Emilio Botín Sanz de Sautuola y García de Los Ríos*, Presidente del *Grupo Santander*. Con este edulcorante logran enredar a cuanto personaje de las letras se conmueva ante la facilidad de conseguir en la pantalla de su computador lo que antes significaba largos rasteos por bibliotecas lejanas. Así, al poeta Mario Benedetti le arrancaron esta expresión que, aunque no apologiza a los banqueros y está dicha con mesura, es usada publicitariamente por el *Grupo Santander*: "Felicitamos y saludamos la iniciativa de crear la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, que tanta importancia puede tener en la transmisión de la cultura y la literatura en el ámbito hispanohablante. Puede ser una ayuda importante a los efectos de que llegue a cualquier sitio el libro informático". La cita aparece en el informe de *Santander Universidades*, 2004.

"convenios" donde más se invierte. En efecto, forma parte del 25% de la inversión total en los siete años que tiene el programa. El informe indica que sólo hay financiamiento para unos 30 proyectos de investigación y para unas 70 cátedras (¡50 de ellas "auspiciadas por UNESCO"!). Toda esta "gran ayuda al mundo académico" se distribuye en 346 instituciones de educación superior, o sea: ¡0,09 proyectos de investigación por institución y 0,2 cátedras por institución!. En relación con las becas, se dice que hay 7.900 becarios, pero resulta que la beca es otorgada por organismos que reciben alguna colaboración de los banqueros santanderianos. Es decir, que el monto de la beca no es un aporte exclusivo del Santander.

El caso del convenio con la Universidad de Los Andes es dramáticamente ilustrativo de estas miserables "ayudas". El convenio, en su cláusula sexta, establece como "colaboración académica" anual para la Universidad de Los Andes lo siguiente: 5 plazas para pasantes de pre-grado ¡sobre actividades bancarias, y en el mismo banco!, el dictado por parte de profesores de la Universidad de un programa ¡de "gestión bancaria" para el personal del mismo banco!, 10.000 dólares (pero sólo el primer año) para profesores que hagan doctorado en España en ¡áreas económicas y tecnológicas! -de toda evidencia, una "beca de doctorado" para un único profesor, beca que alcanza para vivir, a lo sumo, unos meses¹¹.

Esta sub-estrategia operativa de los "convenios de colaboración", que consiste en un paupérrimo simulacro de la acción propia de los órganos de financiamiento y desarrollo de la investigación y el post-grado en las universidades, es otra suerte de edulcorante del programa Santander Universidades (como la biblioteca virtual cervantina). En la práctica cumple el papel de los clásicos espejitos con los que los conquistadores y colonizadores españoles pretendían tomar por incautos a los nativos de estas tierras hace quinientos años. Esa modalidad ope-

rativa encubre, bajo técnicas de publicidad y mercadeo, las otras tres sub-estrategias de los "convenios" que operan con más rigor en el cumplimiento de las tres funciones que hemos señalado para las dos grandes estrategias que componen el programa y las que, al mismo tiempo, rinden un gran provecho financiero para el banco.

La segunda sub-estrategia, que opera de manera directa, consiste en hacer firmar a las universidades compromisos en relación con el manejo financiero de sus recursos pretendiendo monopolizar tanto la gestión bancaria de los activos de las instituciones como las remuneraciones del personal universitario. El convenio firmado por el Rector de la Universidad de Los Andes en 2003 es emblemático en este respecto. Ya hemos citado la segunda cláusula según la cual la Universidad se compromete frente al banco a "incrementar y mantener su actividad financiera y de gestión de tesorería, mediante la realización de sus pagos e inversiones a plazos a través de los distintos productos que ofrece EL BANCO". Pero no es el único compromiso establecido en esa cláusula. También la universidad queda obligada a "proponer y apoyar ante su personal docente y administrativo, la Oferta de Servicios presentada por EL BANCO para la constitución de fideicomisos de administración de sus Prestaciones Sociales" y, por si esto no bastara, la Universidad se compromete al servil papel de publicista del *Grupo Santander* pues debe "apoyar las actividades de promoción de servicios y productos financieros que EL BANCO dirija a la comunidad universitaria". Y en efecto, este último triste papel lo ha estado cumpliendo a plenitud la Universidad de Los Andes a propósito del proceso de entrega de un nuevo carnet de identidad a los estudiantes desde mediados de 2004¹².

Los convenios contienen, además, dos sub-estrategias precisas referidas a "nuevas tecnologías

11 Más adelante nos referimos a este asunto del carnet de identidad como otra sub-estrategia de penetración del *Grupo Santander*. Sirva, por ahora, esta muestra noticiosa aparecida en la página de *Universia* en 2004: *Con el objetivo de facilitar los trámites administrativos y financieros para la comunidad de la Universidad de Los Andes, durante el mes de junio se realizará el proceso captura de datos e imágenes para obtener los beneficios del carnet inteligente del Banco de Venezuela Grupo Santander. De esta manera la ULA se une al grupo de instituciones educativas beneficiadas con el programa de apoyo a las universidades de la organización bancaria*. (servicios.universia.edu.ve/redisenio/contenidos). Y sirva también este fragmento del contenido de un lujoso folleto sobre el CUI ("Carnet universitario inteligente") entregado por la Universidad de Los Andes a todos sus estudiantes: *CUI es un convenio de cooperación firmado entre la Universidad de Los Andes y el Banco de Venezuela, Grupo Santander ... Como instrumento financiero -tarjeta de débito-, servirá para movilizar tus cuentas bancarias en el sistema financiero ... Puedes activar tu CUI como tarjeta de débito, si así lo deseas, lo cual te recomendamos ya que es una herramienta más segura además de permitirte tener en una sola herramienta tus finanzas y tus actividades académicas*.

e innovación" y a la así llamada "tarjeta universitaria inteligente". Veamos en qué consisten.

El *Grupo Santander*, cubierto con el velo de la incorporación de nuevas tecnologías e innovaciones en el manejo académico y administrativo de las universidades, pretende penetrar la propia vida de la institución. El objetivo primario no puede ser otro que dominar un espacio humano como cliente activo o potencial de sus servicios financieros. Pero, más de fondo, el Santander pretende dominar el campo y los contenidos de la gestión académica y administrativa de las universidades. Lo dice de manera clara: "el Banco ha puesto a disposición de las universidades su experiencia, sus conocimientos y aquellas plataformas tecnológicas desarrolladas en la actividad financiera que son aplicables a la vida universitaria". Es el mundo invertido: ¡son ahora los bancos los que aportan conocimiento a las universidades!. La penetración tiene diferentes caminos de entrada al campus. Hay la injerencia bancaria en la instalación de "campus virtuales y plataformas de enseñanza a distancia a través de Internet, digitalización de hemerotecas y de tesis doctorales, creación de redes informáticas" y, a través de Universia, "aulas informáticas y de navegación, ciberkiosos y campus inalámbricos".

Y, lo que va más directo al corazón financiero y académico de la institución universitaria: "la renovación de sus sistemas de gestión interna" que, según expresa el informe del Santander, "constituye uno de los ejes de nuestro apoyo ... gracias a este apoyo, decenas de universidades españolas y americanas han integrado la información académica y financiera en un sólo sistema de gestión interna promovido por la Oficina de Cooperación Universitaria (OCU), empresa de servicios tecnológicos creada por varias universidades españolas"¹³. Como se nota, la estrategia no puede ser más directa: el banco, a través de una empresa que maneja discrecionalmente, pretende tener (seguramente, *on line*) acceso a toda la información académica y financiera de la universidad.

En el caso del convenio con la Universidad de Los Andes, este mecanismo de penetración está establecido en la cláusula quinta, con el agravante (una verdadera humillación) de que la Universidad tendría que pagar por el *software* del tal sistema de gestión. Esto dice la cláusula: "EL BANCO, quien actualmente mantiene acuerdos de colaboración con la Oficina de Cooperación Universitaria (OCU), domiciliada en España, proveedora de servicios al mundo universitario, se compromete a hacer sus mejores esfuerzos a fin

- 12 ¿Qué es la OCU? Según su propia presentación, "La Oficina de Cooperación Universitaria (OCU) es la realización de un proyecto de las universidades públicas de Alcalá, Carlos III de Madrid, Castilla-La Mancha, Salamanca y Valladolid, basado en las ideas de cooperación, servicio, participación y eficiencia en la gestión de los fondos públicos. Se trata de una sociedad mercantil anónima participada por las universidades citadas a la que se unieron más adelante el Grupo Santander y la Universidad Rey Juan Carlos." Y ¿qué servicios ofrece? "La situación especial de OCU como representante, en su ámbito de competencias, de seis universidades (o un número mayor, según los casos) le dota de una especial capacidad para actuar en cuestiones que, por afectar a varias universidades, no pueden o no deben plantearse desde una óptica particular. A título orientativo, las principales actividades que se llevan a cabo son: Desarrollo, comercialización y mantenimiento de productos de *software* universitario; Consultoría y servicios de implantación, en relación con el *software* propio; Promoción de acuerdos con empresas, como interlocutor universitario, para transferencia de tecnología; Cualquier otro servicio que demanden las universidades y en el que OCU aporte valores diferenciales respecto a otras empresas, preferentemente los de orden tecnológico." (www.ocu.es)
- 13 Véase lo que oficialmente dice la empresa OCU de su relación con las grandes transnacionales del *software*: "OCU ha conseguido relaciones estables, a largo plazo, basadas en la mutua confianza y en la colaboración con suministradores de tecnología básica y complementaria. Nuestros socios principales son: Microsoft: disfrutamos de un acuerdo que nos facilita el uso preferente de su tecnología; Oracle: la segunda empresa de *software* del mundo por facturación. OCU es *World Wide Partner* de Oracle y ello le permite disponer de toda la tecnología Oracle para sus desarrollos, así como del soporte preferente de los equipos técnicos de Oracle. OCU suministra tecnología Oracle a las universidades por medio de acuerdos comerciales preferentes. En la línea de conseguir la legalización y la accesibilidad de los productos Oracle y Microsoft en las universidades, se ha alcanzado un acuerdo con ambas firmas, por el que OCU participa en la distribución de la Licencia Campus. Esta Licencia autoriza el uso ilimitado de los productos dentro de la Universidad, sin costes de administración ni de control, a precios muy asequibles. El objetivo es regularizar desde un punto de vista legal la situación del *software* a un coste razonable para las universidades, disponer de unas aplicaciones de calidad actualizadas sistemáticamente y todo ello de forma que no suponga compromisos rígidos que dificulten el proceso de modernización tecnológica." (www.ocu.es)

de obtener para LA UNIVERSIDAD, a un precio ventajoso, el sistema global de gestión universitaria 'UNIVERSITAS XXI' como cualquier otra aplicación desarrollada por esta empresa". Ciertamente es una humillación para una Universidad que cuenta con muchas unidades docentes, de investigación, de postgrado y administrativas dedicadas desde hace años al campo de la informática. Por otra parte, las instituciones públicas venezolanas (entre ellas, claro está, las universidades públicas) están obligadas por Ley a tener sus sistemas informáticos con *software* libre. De manera que, en este sentido, el convenio viola las leyes de la nación¹⁴. Esto no puede caracterizarse sino como usura neo-colonialista que recuerda los procedimientos de la Compañía Guipuzcoana en tiempos coloniales¹⁵.

La tercera sub-estrategia de la gran estrategia de los "convenios de colaboración" se refiere a la llamada "tarjeta universitaria inteligente". Ya hemos dicho que ella se constituye en la punta de lanza del programa y del cumplimiento de su objetivo: la penetración del implacable capital financiero en la vida intelectual, particularmente en las instituciones responsables del cultivo de la ciencia, de la cultura y de la educación universitaria. La razón de ello va a la propia raíz del programa del Santander. Lo dice el informe: "En 1996, el Grupo Santander y la Universidad de Cantabria firmaron un convenio de colaboración para el diseño y desarrollo de una Tarjeta Universitaria Inteligente capaz de prestar los servicios más frecuentes y de mayor interés demandados por los universitarios y las universidades". ¿Cuáles servicios? Obviamente, los financieros. Pero, rápidamente, la mentalidad usurera pudo calcular un horizonte más lejano. La tarjeta (o carnet, para el caso venezolano) permite el efecto ilusionista de encubrir su rol fundamental para el Banco (el de ser una simple tarjeta de débito

de la cuenta personal en el banco) con las mieles de servir para múltiples propósitos "universitarios". El negocio es muy redondo para el *Grupo Santander*. Veamos una cifras:

Dice su informe que, hasta el año 2003, hay "5 millones de universitarios afectos a los convenios de colaboración y 2,5 millones de tarjetas universitarias inteligentes". Es decir, 1 de cada 2 miembros de las universidades "caen en la tentación" de tener su cuenta en el banco ligado al *Grupo Santander*. Para redondear aún más el negocio, el *Grupo Santander* exige a las universidades que dejen instalar en sus campus agencias bancarias. Ya lo vimos en el caso del convenio con la Universidad de Los Andes. En las 346 universidades que tenían convenios a fines de 2003, habían 291 agencias bancarias del Santander; es decir, en 8 de cada 10 universidades. El negocio, por lo demás, es verdaderamente latinoamericano, pues se indica que mientras en España han pasado de 553.000 tarjetas en 2001 a 740.000 tarjetas en 2004, en Latinoamérica el crecimiento es desbordado: de 997.000 tarjetas a 2.270.000 en el mismo lapso. El *Grupo Santander* reconoce que su mayor inversión para la penetración financiera del mundo académico la ha recibido el desarrollo de la tarjeta: *El Grupo Santander ha invertido 44 millones de euros en el desarrollo de una tarjeta que contribuye a reforzar la imagen y compromiso de la universidad ante la sociedad y la innovación*. ¡Ante la innovación usurera del *Grupo Santander*!, es lo que habría que decir libre de eufemismos. Esa inversión representa la cuarta parte de la inversión de por vida en el programa Santander Universidades. Es claro, además, que para los banqueros el estudiante es un profesional futuro que bien vale la pena que vaya conociendo como aceitar los engranajes de la vida financiera: a futuro, son clientes

- 14 Desde 1749 y hasta 1751 la Compañía Guipuzcoana tuvo que vérselas con la revuelta encabezada por Juan Francisco de León. Se reclamaba la postura monopólica y tirana de la Compañía que forzaba, con todo el apoyo del gobierno imperial, a los productores de cacao a comercializar sólo a través de ella. En 1752, derrocada la revuelta, la Compañía describe en su informe la mecánica para obligar a los productores a ser "accionistas": *Admitiéronse por nuevos interesados en la Compañía a los vecinos y naturales de las provincias de Caracas, y Maracaibo, hasta la cantidad capital en que ellos mismos quisieron incluirse, y encabezarse en las acciones, que a este fin se les consignaron, y muchas volvieron sobrantes*. (tomado de: "Real Cédula de Fundación de la Real Compañía Guipuzcoana de Caracas y reglas económicas de buen gobierno ...", 1765; subrayado añadido).
- 15 La Sra. Licón, la ya mencionada gerente de este asunto de los convenios en el caso venezolano, dice: *la idea fundamental se centra en desarrollar instrumentos financieros que estén al alcance de los futuros profesionales y que, al mismo tiempo, tiendan a optimizar los sistemas de información y gestión que la universidad ofrece a sus integrantes*. (servicios.universia.edu.ve/redisenio/contenidos).

de más dígitos¹⁶. Pero, la pretensión del carnet "inteligente" va más lejos.

En el caso del convenio con la Universidad de Los Andes, según rezan las cláusulas 4.1 y 4.6.1, "la emisión del carnet inteligente es para toda la comunidad universitaria (alumnos de pre-grado, alumnos de post-grado, personal docente, personal administrativo y personal obrero)". La primera función del carnet es la "identificación del titular" y la segunda función es la del "control de acceso a espacios físicos de la institución y a servicios" propios de ella.

Vale decir, por una parte, que la identidad de la persona (en una institución de dominio público, como en el caso de la Universidad de Los Andes) está sujeta al capricho y a los intereses de una institución privada y bancaria¹⁷. Para hacer esta situación todavía más aberrante, el *Grupo Santander* exige, según cláusula del convenio, que la tal tarjeta inteligente sea expresamente un carnet que identifica el personal universitario con el Banco. En efecto, reza la cláusula 4.3 del convenio que firmó el Rector de la Universidad de Los Andes: *LA UNIVERSIDAD expresamente autoriza a EL BANCO a utilizar su denominación, sus marcas y logos en la emisión del carnet inteligente, así como en todos los impresos relativos a este instrumento. Igualmente, LA UNIVERSIDAD acepta que en dicho instrumento se encuentre impresa la denominación "BANCO DE VENEZUELA/GRUPO SANTANDER" y su logotipo.*

Por otra parte, el carnet es un mecanismo de control del movimiento de la persona y de su uso de servicios. Guarda todo el aspecto de los modernos controles de prisioneros en las cárceles más sofisticadas. Pero, lo cierto es que así se manipula también a los clientes en los espacios mercantiles contemporáneos¹⁸. De esta manera, el "carnet inteligente", es ciertamente un poderoso instrumento para hacer fluir

la información de los "clientes" como lo sueña todo banquero de esta época: un cliente tan manipulado que él mismo es el artífice de toda la filigrana de su propia manipulación... es lo que llaman "un cliente feliz". Sin embargo, en el caso de la relación de sumisión financiera en que pretende colocar a las universidades el *Grupo Santander* hay otra connotación. Recuérdese que la pretensión de los banqueros es tener integrada la información académica y financiera en un sólo sistema de gestión interna implantado con el "apoyo" de ellos. De manera que, al mismo tiempo, el "carnet inteligente" es el poderoso instrumento a través del cual puede fluir la información personal que interesa para el manejo de la gestión académica y financiera de la institución universitaria pública desde una organización privada.

5.2. Portal *Universia* o el negocio del *Grupo Santander* en Internet

Universia es la segunda gran estrategia de penetración del capitalismo financiero santanderiano en las universidades. Dice el Sr. Botín: "con cuatro años de experiencia, *Universia* se encuentra operativo en diez países y en él participan ya 759 universidades en su condición de socios-accionistas lo que supone una comunidad de ocho millones y medio de universitarios". Una cantidad de "clientes" nada despreciable para los negocios y la publicidad que se maneja a través de Internet. Ya hemos visto que esta es una de las estrategias privilegiadas por los banqueros para su inversión en las universidades. 54.8 millones de euros entre los años 2000 y 2003 y, sólo en 2003, 14.8 millones de euros.

La inversión es muy rentable gracias al modo de gestión que definió el *Grupo Santander*. El grupo financiero colocó el aporte básico, cedió parte de las acciones y las universidades aportan la materia fun-

16 Esta aberración es, en el caso venezolano, inconstitucional. El artículo 60 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela establece que "Toda persona tiene derecho a la protección de su honor, vida privada, intimidad, propia imagen, confidencialidad y reputación. La ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y ciudadanas y el pleno ejercicio de sus derechos".

17 Véase al respecto el excelente dossier que preparó *Le monde diplomatique* en su edición de mayo de 1994. Habría que decir que, ¡felizmente!, en Venezuela somos bastante tropicales: nunca han funcionado los mecanismos de automatización usuales en las universidades de los países industrializados; por ejemplo, nuestras bibliotecas no tienen un nivel de automatización como para controlar por medios electrónicos los préstamos de libros. Es que ni siquiera la información más básica, académica o administrativa, es fiable: difícilmente una universidad venezolana puede decir, de modo riguroso, cuántos son sus estudiantes ni cómo se gasta su presupuesto.

18 Cf. encuentro2005.univeria.net

damental que sostiene un portal: los contenidos. Así lo expresa el informe Santander Universidades: *El Grupo Santander ha realizado las aportaciones necesarias de capital para poner en marcha y sostener el portal Universia. Pero, junto al apoyo institucional, ha sido voluntad del Grupo ceder la mayor parte de su participación accionarial a las universidades que se han incorporado como socias. Ellas son también las proveedoras principales de sus contenidos, constituyen el activo más importante de Universia y le confieren un valor añadido que le distingue frente a otras iniciativas parecidas en la Red.* Las universidades, a cambio, reciben lo único que puede ofrecerles un banco al respecto: ¡su fuerza publicitaria! o, como lo dice el Santander, “su proyección internacional, especialmente en el mundo latinoamericano”. Pero, claro está, si se navega sólo unos minutos en las distintas páginas del portal, nunca se dejará de ver la publicidad del *Grupo Santander*; en cambio, no es tan fácil que aparezca un enlace que lo lleve a la información de una determinada universidad. Tal vez las universidades se conformen con la ilusión de verse en los modernísimos índices que valoran la actividad académica de las instituciones por el número de visitas que se hacen a sus páginas web. Pero, puede haber algo más que esa ilusión. Y no sólo en el plano político e ideológico como lo deja muy en claro esta otra apología que aparece en el informe *Santander Universidades* proveniente de la Señora Gobernadora de Puerto Rico: *Universia debe representar para los puertorriqueños nuestra embajada educativa, y debemos convertirnos en su pieza angular, ya que este proyecto será la autopista que unirá a toda Hispanoamérica con los Estados Unidos.*

Por esa “autopista”, *Universia* hace viajar contenidos académicos comprometidos a fondo con los intereses del poderío del país imperial norteamericano: los cursos del Instituto Tecnológico de Massachusetts se divulgan a través del portal *Universia* MIT-OCW (en español y portugués) y la escuela de negocios de la Universidad de Pennsylvania difunde con *Universia* su *Universia Business Review*. Ilusión cumplida: ¡cualquier latino, o sudaca, puede estudiar con los “grandes” del MIT o de *Wharton School*!. Ciertamente la gestión de *Universia* aporta algo más que ilusiones. También aporta algo en que, tal vez, la Universidad gane poco académicamente y la banca santanderiana mucho mercantilmente.

Dice el *Grupo Santander* que “los órganos de gobierno de los 10 portales de *Universia*, funcionando como sociedad anónima independiente, están com-

puestos, mayoritariamente, por representantes de las propias universidades”. ¿Quiénes son? “En estos momentos”, dice el informe, “más de 100 rectores de universidades iberoamericanas pertenecen a sus consejos de administración”. ¿Qué ganan los rectores *Universia* con eso? Tal vez poco, tal vez mucho.

En el caso de la Universidad de Los Andes no se conoce oficialmente ninguna firma oficial de convenio con *Universia*. Recuérdese que en la primera parte de este trabajo insistimos en la descripción de las circunstancias oscuras en que se han dado, aparentemente, los acuerdos para la firma de dos convenios; uno de los cuales -desconocido- tiene como contraparte no sólo al Banco de Venezuela sino también a la *Sociedad Anónima Servicios Universia Venezuela*. Pero, como ya dijimos, el informe de 2004 del programa *Santander Universidades* sí reseña a la Universidad de Los Andes entre las “universidades socias de *Universia* que tienen convenio con el *Grupo Santander*”. Por lo demás, ya lo indicamos, en el pomposo *Primer Encuentro de Rectores Universia*, en Sevilla en mayo de 2005, estuvo representada la Universidad de Los Andes por el Profesor L. Rodríguez en su condición de “rector *Universia*”... ya vimos con que tipo de discurso.

¿Cuánto se pierde académicamente? ¿Cuánto se gana mercantilmente? O, ¿se gana otra cosa? Ofrecemos una hipótesis al respecto: tal vez hay ya, en las universidades de estos inicios del siglo XXI, una necesidad de figuración pública al modo como lo indica la importancia de la mentira publicitaria mercantil que se extiende no sólo en las universidades sino en todo el tejido social. En los menesteres propios del mundo del autohalago, del mundo de la fama efímera construida con imagen publicitaria -ese mundo que embelesa a los gerentes-, la gente con débil formación universitaria académica se presta más fácilmente a entregar servilmente la dignidad de la tradición académica universitaria a los intereses financieros.

Valga por comparación este suave contraste: en ese encuentro de “rectores *Universia*” participó el Rector de la Universidad Autónoma de Madrid y Vicepresidente de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas, hombre de buena formación y trayectoria académica. Allí afirmó, en palabras acordes con el ambiente bancario, lo siguiente: “El nuevo modelo de universidad también debería hacer hincapié desde su espíritu emprendedor en la captación directa de recursos financieros a través de sus propias iniciativas que le permitan adecuarse a las demandas de la sociedad, aumentar su autonomía respecto a

las políticas de los poderes públicos y reducir su dependencia de los mismos¹⁹. Unas semanas después afirmó, en un ambiente universitario propiamente dicho, esto otro: *"la cultura y la educación son bienes públicos y, por tanto, la estructura de una universidad no se basa en una estructura de negocio"*²⁰.

Sería saludable saber que al Rector de la Universidad Pública y Autónoma no se le sobrepone el rector *Universia*. Hay casos, por lo visto, en los que lo contrario es, desgraciadamente, totalmente seguro.

Una coda bolivariana

El Banco de Santander no puede ser de Venezuela

*Venezuela es más que nunca el sueño de Bolívar
El sueño de Bolívar –el sueño de Venezuela– nació
contra el poder español*

Santander es añeja palabra española de falsa etimología^a

Santander es ahora palabra robada por los banqueros españoles

Un apellidado Santander siempre quiso acabar con Bolívar

Los santanderistas acabaron con el sueño de la unión Colombiana

Colombia resultó el fruto del interés egoísta de Santander

*Los banqueros españoles santanderianos malgastan la palabra *Universia**

*Su *universia* es sólo la universalidad del interés financiero*

El interés financiero español encontró serviciales autoridades en Mérida

Hoy, santanderistas de peor estirpe se prestan a la derrota del sueño de Bolívar

Tienen en sus manos un falso e ilegal poder universitario

Viles serviles del capital financiero no entienden nada de Universidad

Por eso se empeñan en convertirla en agencia bancaria santanderiana

El Banco de Santander

no es de Venezuela

ni Venezuela

es del Banco de Santander

** ciudad de Santander tiene su origen en dos núcleos históricos diferentes: la iglesia o monasterio de San Emeterio (hoy catedral) y la iglesia o ermita de San Andrés (cerca al puerto). El nombre refleja fielmente esa duplicidad. Desde su fundación por Alfonso II el Casto, el puerto aparece documentado como Portus Sancti Emetherii, porque dependía del monasterio. La evolución fonética regular de (Portus) Sanctii Emetherii da lugar a la forma medieval "Santemder". El paso de "Santemder" a "Santander" no puede explicarse, sin embargo, por razones estrictamente fonéticas. Hay que suponer que, a partir de un determinado momento, los hablantes ya no saben qué significa "Santemder", tienden a identificarlo con San Andrés y acaban dándole la pronunciación actual. Es el fenómeno lingüístico conocido como "falsa etimología". En 1611, el "Tesoro" de Sebastián de Covarrubias da como "verdadera" la "falsa" etimología: "Santander. Sanctus Andreas: es ciudad y puerto".*

(Tomado de: www.geocities.com/Athens/Delphi/3925/S.htm)

Mérida, Octubre de 2005

©Jorge Dávila

Está autorizada la reproducción y difusión total por cualquier medio mecánico o electrónico.

19 Cf. url.es/cas

20 Hay una tercera estrategia llamada "Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes", un portal dedicado a mantener obras de lengua española digitalizadas (cervantesvirtual.com). Esta estrategia es el edulcorante del programa. El portal funciona amparado en una Fundación presidida por Mario Vargas Llosa y cuyo primer vocal es, como reza la información oficial de la Fundación, *Don Emilio Botín Sanz de Sautuola y García de Los Ríos*, Presidente del *Grupo Santander*. Con este edulcorante logran enredar a cuanto personaje de las letras se conmueva ante la facilidad de conseguir en la pantalla de su computador lo que antes significaba largos rastreos por bibliotecas lejanas. Así, al poeta Mario Benedetti le arrancaron esta expresión que, aunque no apologiza a los banqueros y está dicha con mesura, es usada publicitariamente por el *Grupo Santander*: "Felicitamos y saludamos la iniciativa de crear la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, que tanta importancia puede tener en la transmisión de la cultura y la literatura en el ámbito hispanohablante. Puede ser una ayuda importante a los efectos de que llegue a cualquier sitio el libro informático". La cita aparece en el informe de *Santander Universidades*, 2004.