

Reflexiones respecto a una Antropología de la Confianza. Estéticas y prácticas en la banca privada

Considerations regarding an Anthropology of Confidence. Aesthetics and Practices in Private Banking

Thomas J. HEID
Universidad de Basilea y
*Ludwig-Maximilians-Universidad Múnich**

Resumen: Desde el comienzo de la crisis financiera en 2007-2008 se publican periódicamente informes sobre escándalos financieros. Los asesores de los bancos europeos deben contrarrestar la desconfianza que se ha manifestado, especialmente en la delicada banca privada. Este artículo trata sobre como los bancos privados intentan formar una relación de confianza con sus clientes en una economía estética. Aportando primeros elementos para una *Antropología de la Confianza* indaga en las prácticas laborales emocionales de los asesores, el apenas investigado aspecto estético-sensorial de su trabajo diario, la concreción del trabajo con la confianza en las interacciones del asesor con sus clientes así como la diseño arquitectónica y estética de los bancos y su dimensión afectivo-sensorial que en su conjunto pretenden crear un específico ambiente y emociones de confianza.

Palabras clave: Antropología de confianza; confianza; trabajo emocional; economía estética; trabajo estético; antropología de la banca.

Abstract: Since the beginning of the financial crisis in 2007-2008, reports on financial scandals have been published regularly. Advisers working in European banks must counteract the mistrust that has manifested itself, especially in sensitive private banking. This article discusses how private banks try to form a relationship of trust with their clients in an aesthetic economy. Providing first elements for an *Anthropology of Confidence* it explores the emotional work practices of the advisors, the barely researched aesthetic-sensorial aspect of their daily work, the concretion of the work with confidence in the interactions of the consultant with its clients as well as the architectural and aesthetic design of the banks and their affective-sensorial dimension, which together seek to create a specific environment and emotions of trust.

Key words: Confidence; emotional labor; aesthetic economy; aesthetic labor; Anthropology of Confidence; Anthropology of Banking.

* Recibido: 6 de julio de 2017. Aceptado: 5 de septiembre de 2017.

Email: thomasjosef.heid@unibas.ch. Traducido por María Lourdes Pérez Martín. Email: lourdesperez-murcia@yahoo.es.

1. INTRODUCCIÓN

*La moneda de los mercados financieros es la confianza.*¹

El estallido de la crisis financiera internacional celebra este año su décimo aniversario. El crack financiero de 2007-2008² provocó una crisis que se extendió en los años siguientes por toda la economía mundial. La crisis provocó no solo enormes, y en parte peligrosas, pérdidas materiales a los inversores institucionales y particulares sino que además sumió a la economía financiera en una profunda, global y aún incesante crisis de confianza, de la que advierte el experto suizo de historia económica Jakob Tanner cuya cita encabeza esta introducción. La crisis con respecto a la confianza se da, por un lado, entre las partes actoras implicadas en el sector financiero y, por otro, de un modo muy acusado, en los clientes frente a las instituciones financieras y agentes de todo tipo. Para relacionar esta observación con mi teoría se expone el concepto «confianza», es decir, la creación, cuidado permanente y preservación de confianza, la base, o como se dice en economía financiera el «activo» necesario, para que el asesoramiento se lleve a cabo de forma eficaz. Por ello, la estética y práctica del trabajo con la confianza se analizan desde una perspectiva científico-cultural, etnológica y etnográfica, lo que en mi opinión es sin duda alguna de especial interés, sobre todo, porque «confianza» en este contexto específico no se ha tratado en profundidad hasta la fecha con un enfoque científico-cultural y etnográfico.

El papel fundamental de la confianza se infiere, por una parte, en tanto en cuanto se explicitan la estructura y características comunes de la inmensa mayoría de productos (de inversión) financieros: estos productos de la economía financiera, variados, en su mayoría complejos e incomprensibles, diseñados en la época actual del extendido capitalismo del mercado financiero (véase al respecto: «esta-

1 TANNER, Jakob: «“Die Währung der Finanzmärkte ist Vertrauen”: Nachhaltigkeit und Hinterhältigkeit eines mentalen Phänomens in historischer Perspektive», en Baberowski, Jörg (ed.): *Was ist Vertrauen? Ein interdisziplinäres Gespräch*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 2014, pp. 73-100, p. 94.

2 La crisis financiera mundial que tuvo su punto de partida en el *boom* inmobiliario de EE.UU. se considera una consecuencia de la política de intereses mínimos del Banco Central norteamericano (FED) y de la agravación masiva de los criterios de concesión de préstamos por parte del gobierno estadounidense. Por ello, las deudas de difícil cobro, es decir, las hipotecas de alto riesgo (*subprimes*) fueron transformadas por los bancos en productos derivados de inversión financiera (denominados «activos tóxicos») y vendidas a inversores internacionales tanto institucionales como particulares, por lo que las instituciones financieras pudieron liberarse de los grandes riesgos de crédito (Cf. FARMER, Karl: «Wem darf man vertrauen? Den Finanzmärkten oder den Staatschefs?», en Farmer, Karl; Jung, Harald; Lachmann, Werner (eds.): *Wirtschaftskrisen und der Vertrauensverlust in Wirtschaft und Politik. Ist das Vertrauen im christlichen Ethos wiederzugewinnen?*, Münster: LIT, 2014, pp. 109-136, p. 126).

do social activo)), se caracterizan en esencia, sin excepción, por ser instrumentos financieros (o «de financiación») innovadores, que se basan en futuras promesas de pago de los emisores, o deudores, y se utilizan en el mercado (financiero).³ De aquí sean excluidos los instrumentos o productos financieros muy especulativos (p. ej., las llamadas «opciones»), que son una apuesta segura en la caída o ascenso de tipos de cambio, acciones o similares. La creación y el comercio de tales productos financieros (o «de financiación») traen consigo la pérdida no solo de dinero y liquidez sino también de la confianza de los inversores. Al mismo tiempo, se produce una cadena casi infinita y continuada de endeudamiento y financiación que, como la reciente crisis financiera ha demostrado una vez más de un modo sorpresivo, acarrea una emergente y masiva pérdida de confianza de los inversores y en general arrastra una pérdida total del dinero invertido en estas operaciones financieras.⁴

Por otra parte, desde los albores de la crisis financiera en 2007-2008 se vierte información constante en los medios sobre, por ejemplo, «las trampas emocionales de la inversión de capital»⁵ o el abuso de confianza del que muchos de los clientes se han quejado por parte de reputados bancos y sus asesores (véase abajo el caso de la heredera de *Quelle*, M. Schickedanz) así como que se ha reconocido la importancia y el papel clave de la confianza (de los clientes) en la inversión financiera: la confianza, su creación y constante mantenimiento, representa la categoría emocional más importante del asesoramiento financiero. Para generar confianza y preservarla de forma continua es necesario estudiar con más detalle la aplicación de la estética y el desarrollo de prácticas laborales materiales e inmateriales de la banca y sus asesores de clientes desde un punto de vista científico-cultural y etnográfico. Para ilustrar ampliamente la importancia en este contexto

3 Cf. al respecto también «financiarización» en BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos: *The Global Financial Crisis and a New Capitalism?*. <http://www.levyinstitute.org/pubs/wp_592.pdf>, último acceso: 27.05.2017.

4 Cf. HEEG, Susanne: «Spekulationsblase», en Marquardt, Nadine; Schreiber, Verena (eds.): *Ortsregister. Ein Glossar zu Räumen der Gegenwart*, Bielefeld: transcript, 2012, pp. 256-261, aquí 258-259, así como las reflexiones sobre el dinero y la confianza, «Geld und Vertrauen» de LIETAER, Bernard: *The Future of Money*, London: Random House Business, 2001. Para una crítica sobre los límites de la política monetaria y la falta de transparencia y riesgos de los productos financieros Cf. en especial DÖRRE, Klaus: «Die neue Landnahme. Dynamiken und Grenzen des Finanzmarktkapitalismus», en Dörre, Klaus; Lessenich, Stephan; Rosa, Hartmut (eds.): *Soziologie, Kapitalismus, Kritik. Eine Debatte*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2012, pp. 21-86.

5 Cf. artículo en línea en *Der Spiegel* «Prokon-Insolvenz. Geld verlieren mit Gefühl. Wenn es ums Investieren geht, reichen oft schon Gratis-Schnittchen und ein vermeintlich edles Anliegen, um unseren Verstand zu vernebeln». <<http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/prokon-die-fallen-bei-der-oeko-geldanlage-a-945295.html>>, último acceso: 27.05.2017.

de una investigación local desde múltiples perspectivas sobre diferentes prácticas laborales y distribuciones estéticas necesarias, ambas con un fin determinado, voy a recurrir a continuación a un ejemplo del sector de la banca privada⁶ y enriquecerlo con observaciones de la investigación que he realizado.⁷ La banca privada, que ofrece exhaustivos e individualizados asesoramientos financieros de inversión a clientes muy pudientes (a menudo empresas familiares, que abarcan muchas generaciones) es en mi opinión especialmente adecuada como campo de investigación, ya que aquí se trabaja profesionalmente y de forma muy marcada con prácticas y estéticas determinadas para generar confianza y mantenerla combinándolas con las necesidades emocionales individuales y estético-sensoriales de la clientela.

Hace tres años el respetable y reconocido banco de Múnich *Merck Finck Privatbankiers AG* salió a la luz pública en relación con unas acusaciones de abuso de confianza. Un inversor particular adinerado, que confió a su asesor personal del banco un patrimonio millonario ganado en la lotería, tuvo que perder la mayor parte debido a la dudosa gestión de su asesor.⁸ El nombre y la imagen del banco se mantuvieron intactos hasta entonces por ofrecer un servicio de asesora-

6 La banca privada, comparada con la banca estándar que se dedica a realizar operaciones de clientes particulares (banca minorista), sigue un enfoque holístico e individualizado para ofrecer asesoramiento financiero a medida y presta especial atención a las relaciones de confianza a largo plazo con el cliente. En la literatura científico-económica correspondiente no hay uniformidad a la hora de definir la banca privada, por lo general una unidad independiente en la empresa, y de delimitarla de la banca minorista. Como criterio diferenciador entre ambos sectores puede servir la cantidad mínima de fondos disponibles que la inversión requiere. En la banca privada se necesita un patrimonio financiero mucho mayor que en la minorista. Depende de cada banco el poner los límites entre un mínimo de cien mil y un millón de euros o francos suizos. En el asesoramiento de inversión de la banca privada no es fundamental la venta a comisión de un solo producto financiero, como ha sucedido especialmente en el sector de la banca minorista hasta el estallido de la crisis financiera en 2007-2008. O dicho con otras palabras, la banca privada incluye una amplia planificación de todos los activos (es decir, la negociación, gestión y financiación de las inversiones de capital), que requiere por parte del consultor una comprensión específica del cliente y sus necesidades, como sus preferencias y aversiones a la hora de invertir. Cf. LOISTL, Otto, RUDOLF, Markus: *Qualitätsmessung im Private Banking. Eine Analyse der Dienstleistungsqualität und ihrer Auswirkungen*, Köln: Eul, 2009, pp. 9s.

7 El artículo se ha elaborado en el marco de mi proyecto de tesis doctoral *Vertrauensarbeit in der Finanzökonomie. Ethnographische Analysen zu Ästhetiken und Praktiken des Bankgeschäfts in Deutschland und der Schweiz* (Oct. 2017-Sept. 2020), financiado por la Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) y dirigido por Prof. Dr. Irene Götz, Ludwig-Maximilians-Universität München.

8 Cf. artículo en línea en *Der Spiegel* «Merck Fink beurlaubt Berater. Sechs Richtige mit Folgen». <<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/banken-versicherungen/merck-fink-beurlaubt-berater-sechs-richtige-mit-folgen/9962570.html>>, último acceso: 14.04.2017.

miento financiero muy profesional, seguro y productivo. El banco se ubica, para el asesoramiento personal y gestión de muchos años de una selecta clientela en toda Alemania, en destacados emplazamientos de edificios impresionantes y en las mejores zonas. En Múnich se encuentra la sede central en una conocida zona del centro de la ciudad entre *Lenbachplatz* y *Maximilianplatz*, en un edificio histórico monumental que hace esquina, el cual, al estar constituido de finos materiales y obras de arte, proporciona una atmósfera muy exclusiva.

La evidente discrepancia entre reconocida solvencia y actividad comercial eficaz, como aquí se materializa en los edificios y sus interiores, que los clientes ven y disfrutan *ipso facto*, y la insolvencia que este banco ha «producido» para el que fue millonario por la lotería, muestran una peculiaridad de la banca privada: se necesita trabajar de un modo concreto con la estética y el refinado interior y además con lo sensorial, así como adaptar de forma individual el trato y la actitud a la susceptible y exigente clientela con el fin de evocar emociones y generar confianza. Su éxito depende de manera decisiva de un ajuste o conexión integral «ambiental» y emocional entre el banco, el asesor y el cliente. Va más allá de situaciones particulares en las que se da asesoramiento de inversión ya que se extiende también al ámbito privado de los clientes. Esta conexión proporciona un entendimiento específico y profundo del cliente y de sus necesidades por la discreción continua de sus asesores, muy respetuosos, atentos a todo lo que el cliente pueda precisar, siempre bien preparados para cada situación y preguntas posibles, y que actúan con la mayor cautela posible, empatizando de un modo coherente con el día a día de los clientes.

Las primeras investigaciones de campo han mostrado así cómo el cliente y el asesor «conectan»: el consultor de la amante del arte es un ferviente seguidor de *Art Basel*; el joven heredero aficionado a los coches va con su asesor, interesado en competiciones deportivas, al rally de coches de época *Raid Suisse-Paris* en Basilea; el golfista tiene un asesor con el que comparte su *hobby*. Las habilidades comunicativas y una adecuada pericia con el cliente son subjetivas ya que el trabajo concreto depende de la personalidad del consultor que lo realice.⁹ El hecho de que haya puntos en común (por ejemplo, intereses y aficiones) en el día a día del cliente y en el del asesor facilita para ambas partes un vínculo comunicativo y participativo. Esto hace que la sensación de cercanía y de «sentirse unidos por

9 Cf. sobre el enfoque etnológico y etnográfico en el entorno laboral de un concepto de trabajo orientado al sujeto en un sentido amplio: GÖTZ, Irene (eds.): «Sensing Post-Fordist Work Life. Recent Perspectives in the Ethnography of Work», *Ethnologia Europaea. Journal of European Ethnology*, vol. 43/1, 2013, pp. 68-87; y sobre el análisis acerca del trabajo del saber y el saber del trabajo: KOCH, Gertraud, WARNEKEN, Bernd Jürgen: *Wissensarbeit und Arbeitswissen. Zur Ethnografie des kognitiven Kapitalismus*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 2012.

un mismo modo de pensar» crezca entre cliente y asesor, lo que puede crear los cimientos de una relación (comercial) a largo plazo basada en la familiaridad y la confianza.

Una conexión eficaz –el ejemplo que más adelante se expone ha sido seleccionado de la investigación realizada hasta ahora y debe ilustrar de modo representativo la acción conjunta de un ajuste ambiental y emocional– es decisiva para inducir, por su discreción y meticulosidad y sobre todo con una increíble efectividad, a los exigentes clientes con éxito en las finanzas a invertir en productos financieros de riesgo. En definitiva, se trata de cualquier clase de inversión financiera (acciones, fondos, obligaciones, opciones o derivados), en gran parte ocultos, y difícilmente accesibles en el sentido estricto de la palabra. La «promesa con resultados positivos» en forma de rédito o plusvalía del producto financiero depende siempre de la intervención de determinadas «suposiciones» o de un cobro futuro de «promesas» que se han hecho. En consecuencia, las inversiones financieras son en esencia siempre inseguras. Generar confianza es fundamental para los bancos como el capital lo es para los clientes: para los profanos los servicios de asesoramiento y los productos financieros aparecen como un mundo oscuro de los expertos y de trabajo intelectual, que exige forzosamente un anticipo de confianza para con el banco y el asesor personal. En el peor de los casos, como el del perjudicado millonario de la lotería, los clientes corren el riesgo de recibir un asesoramiento poco serio así como tentadoras propuestas de especulación, en una palabra, una dudosa gestión con el riesgo de pérdida total.

No cabe duda de que la profesión de consultor de banca –que incluye tanto al asesor de la banca privada como al de la minorista– se enfrenta a una pérdida drástica de imagen en su trabajo diario, debido a las numerosas consecuencias negativas de la reciente crisis financiera.¹⁰ Esta pérdida propicia una creciente de falta de confianza de los inversores particulares y conlleva una merma progresiva de la confianza de los clientes. Asimismo, se potencia aún más una imagen negativa del sector a raíz de nuevos escándalos tanto en el *Weißten Kapitalmarkt* («mercado de capitales blanco») como en el *Grauen Kapitalmarkt* («mercado de capitales gris»).¹¹

10 Cf. HEID Thomas J.: «Der Anlagekapitalismus lebt. Wie selbständige Finanzberater die Wirtschaftskrise überstehen», en Götz, Irene; Huber, Birgit; Kleiner, Piritta (eds.): *Arbeit in neuen Zeiten. Ethnografien zu Ein- und Aufbrüchen*, München: Utz, 2010, pp. 103-122, y SCHMITT, Hubert-Ralph: *Liebet Eure Banker – denn Ihr werdet sie noch brauchen. Innensichten aus dem Geldgeschäft*, München: FinanzBuch, 2012.

11 A todo lo relacionado con el mercado de capitales se le califica de «mercado de capitales blanco», amparado por los correspondientes organismos estatales de inspección financiera –por ejemplo,

Se conoce una gran diversidad de casos. Por ejemplo, el famoso caso en Alemania de la heredera de *Quelle*, Madeleine Schickedanz en el ámbito del «mercado de capitales blanco» donde el administrador de bienes¹² y el banco privado con el que cooperaba fueron acusados de asesoramiento erróneo grave, abuso de confianza considerable así como de ánimo de enriquecimiento propio.¹³ Las prácticas comerciales sospechosas y, que en la mayoría de los casos se consideran ilegales, provienen tanto de bancos alemanes como suizos. Cada vez con más frecuencia las instituciones bancarias de toda Europa, respetables y hasta la fecha elogiadas por ser especialmente dignas de confianza, aparecen envueltas en casos de esta índole, como lo demuestra el escándalo del lavado de dividendos¹⁴ en el que fue involucrado como agente responsable el banco privado, J. Safra Sarasin, una entidad de larga tradición con sede en Basilea. A las instituciones bancarias suizas se les complica el hecho de que la confianza puesta en ellas se vea mermada –hasta la fecha habían sido consideradas inquebrantables y muy dis-

la Autoridad federal de supervisión financiera de Alemania (BaFin)– y está sujeto a sus estrictas normas. A este pertenecen por ejemplo los mercados de acciones y los de crédito (estos últimos también denominados de bonos o de deuda). En las bolsas alemanas se comercia con los títulos de estos mercados, entre otros, acciones, bonos y fondos indexados (fondos cotizados o ETF) o certificados, según estipula la BaFin. El «mercado de capitales gris» y sus productos financieros no están sujetos, por el contrario, a estas estrictas normas. Por ejemplo, la empresa alemana de energía renovable antes mencionada, *Prokon*, ofreció productos de inversión financiera «grises». Además, se trataba de ciertas inversiones de capital, en este caso, bonos de participación (valores que titulizan los derechos de participación) bajo promesa de altos rendimientos donde los inversores corren riesgos empresariales sin derechos de intervención, debido a que el capital invertido es tratado como patrimonio de la empresa y se puede gastar de manera proporcional a las pérdidas. Cf. OEHLER, Andreas: *Was Lehman, Prokon oder S&K Fonds gemeinsam haben: Keine kontrollierten Mindestanforderungen für den Verbraucherschutz bei Finanzprodukten!, Diskussionsbeitrag*, Bamberg 2014. <https://opus4.kobv.de/opus4-bamberg/files/25765/Oehler_Mindestanforderungen_Verbraucherschutz_FinanzprodukteA1b.pdf>, último acceso: 14.04.2017.

12 La profesión de administrador de bienes se diferencia de la de consultor de banca en que la empresa para la que estos administradores trabajan no dispone de una licencia bancaria que se ajuste a las directrices de la normativa bancaria fijada por la Autoridad federal suiza de supervisión de los mercados financieros (FINMA) o la Ley alemana sobre el sistema crediticio (KWG).

13 Cf. por ej. «Richter machen Schickedanz wenig Hoffnung auf Milliarden». <<http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/schickedanz-prozess-gegen-sal-oppenheim-a-873626.html>>, último acceso: 14.04.2017.

14 A través del «lavado de dividendos» se obtenían altos rendimientos por medio de acciones con y sin derecho a dividendo entre varios inversores interesados mediante intrincadas transacciones en torno a la fecha de pago de los dividendos. Estas complejas y prohibidas transacciones en combinación con el *short selling*, la llamada venta al descubierto, esto es, la venta de acciones prestadas sin propietarios de acciones, conducían a relaciones confusas sobre la titularidad de la acción y facilitaban una restitución múltiple ilegal del impuesto sobre la renta del capital retenido solo una vez. La

cretas–, debido a las consecuencias fácticas del secreto bancario suizo para inversores no suizos por el intercambio automático de información de datos de cuentas¹⁵ y, por ende, la pérdida de preferencias inherentes, como el anonimato de la asignación de activos y de los beneficiarios económicos. El aumento de los costes administrativos y tecnológicos por la aplicación de innumerables normas a raíz de las reformas del régimen de los mercados financieros en la UE y EE.UU.¹⁶, el cambio generacional en la clientela inversora, variando así las necesidades de los clientes, la progresiva digitalización y automatización del asesoramiento de inversión (véase *Robo Advisor*¹⁷) y los clientes siempre sensibles a los precios repre-

petida devolución de impuestos era repartida entre los implicados, por lo que se obtenía un alto rendimiento. De la construcción y circulación de determinados productos de inversión financiera (*Cum-Ex-Fonds*, fondos procedentes del lavado de dividendos) y de su mediación a escogidos clientes fueron partícipes, junto al banco privado de Basilea J. Safra Sarasin o el importante banco suizo UBS, también instituciones alemanas (como Deutsche Bank) y diferentes bancos federales (como HSH Norbank de Hamburgo y Schleswig-Holstein, WestLB y el banco federal de Baden-Württemberg LBBW). (cf. p. ej. «Umstrittene Cum-Ex-Geschäfte. Steuertricks und kein Ende». <<http://www.nzz.ch/wirtschaft/wirtschaftspolitik/steuertricks-und-kein-ende-1.18675536>>, último acceso: 17.04.2017).

15 Desde el 1 de enero de 2017 tiene lugar el intercambio automático de información (AIA) de datos bancarios relevantes en materia fiscal entre Suiza, EE.UU. y la UE según la norma adoptada en marzo de 2014 por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Cf. <<https://www.oecd.org/ctp/exchange-of-tax-information/standard-fur-den-automatischen-informationsaustausch-von-finanzkonten.pdf>>, último acceso: 14.04.2017.

16 El 1 de noviembre de 2007 entró en vigor la directiva sobre mercados de instrumentos financieros (MiFID 1), aprobada por el Parlamento Europeo, a la que seguirá la MiFID 2 a partir de principios de enero de 2018. A través de las directivas MiFID, se armonizan gran parte de las vigentes normas nacionales para los servicios financieros, se logra una mayor transparencia y competencia en el mercado financiero y aumenta la protección de los inversores. Además, desde mediados de marzo de 2010 se aplica la ley de cumplimiento tributario de cuentas en el extranjero (FATCA), promulgada en el marco de la legislación fiscal estadounidense. La FATCA obliga a los bancos europeos y suizos a declarar ante la autoridad tributaria estadounidense los bienes administrados por contribuyentes (personas y empresas) en EE.UU. Por ello, se debe evitar la evasión ilegal de impuestos por parte de los contribuyentes en EE.UU., en lo que respecta a los bienes que permanecen en paraísos fiscales. Cf. «Market in Financial Instruments Directive» (MiFID) y «Foreign Account Tax Compliance Act» (FATCA). <http://ec.europa.eu/finance/securities/isd/mifid/index_de.htm> y <<https://www.irs.gov/businesses/corporations/foreign-account-tax-compliance-act-fatca>>, último acceso de ambos: 14.04.2017.

17 El término *Robo Advisor* (asesor de inversión automático) hace referencia al asesoramiento y administración de patrimonio informatizados, basados en algoritmos, parcial o totalmente automatizados. El *Self-Service-Robo* puede hacer propuestas de inversión automáticamente, pero el inversor sigue tomando las decisiones de forma independiente; con el *Halb Service Robo* el inversor debe estar de acuerdo con las propuestas del *Robo Advisor*; y con el *Full Service Robo* el asesoramiento de inversión es digitalizado y el inversor ya no forma parte de él. Cf. «Robo-Advisor: Was die automatisierte Vermögensverwaltung taugt». <<https://www.test.de/Robo-Advisor-Was-die-automatisierte-Vermögensverwaltung-taugt-5107535-0/>>, último acceso: 14.04.2017.

sentan un desafío para los bancos. Todo esto agrava la ya atormentada competitividad internacional de la banca (privada) suiza.

En el contexto de estos acontecimientos, cobra cada vez más importancia en el trabajo diario de la actual banca privada la permanente creación y mantenimiento de la confianza así como presentar de forma convincente la promesa de rendimiento a sus clientes, a menudo informados, en parte muy especializados y críticos,¹⁸ y demandantes a su vez de una mayor transparencia en los productos financieros que no están libres de riesgo. Junto al trabajo estético-sensorial interactuando con la arquitectura y ambientes determinados, se produce un intencionado «doble trabajo emocional».¹⁹ Este consiste tanto en el trabajo que realiza el asesor con las propias emociones, ya que debe estar convencido de sus propios productos y, en la medida de lo posible conocer en detalle a sus clientes y sus necesidades y protegerlos, como en el trabajo sobre las emociones del interlocutor. Los dos aspectos son, en gran medida, imprescindibles para crear un vínculo personal, estable, en el mejor de los casos para toda la vida, entre clientes y asesores, y para una actuación eficaz en el mercado. Esta es la lógica de la banca privada.

El siguiente ejemplo, extraído de mi investigación, muestra cómo depende de una gran dosis de confianza en el banco y asesor el que la mayoría de las prácticas laborales en materia de inversión solicitadas sean «seguras» y «brinden mayores oportunidades», sobre todo, por una conexión «ambiental» y emocional entre asesor y cliente, haciendo uso de una pulida retórica y una estudiada simpatía en las sesiones de asesoramiento: una pequeña empresaria, que regenta un antiguo negocio propio de artesanía afincado en la zona del Rin-Meno cerca de Fráncfort, elige para la inversión de su patrimonio, ahorrado religiosamente y logrado a duras penas después de muchas décadas, un prestigioso banco privado suizo con sede central en la espléndida *Bahnhofstrasse* de Zúrich. Aunque casi no posee conocimiento alguno sobre productos de inversión, para ella la inversión financiera es un misterio y además la señora de 65 años se muestra escéptica a promesas de rendimiento, se decanta, la profana en estos temas, como recalca

18 Los clientes-inversores comprenden cada vez más las publicaciones de divulgación científica, leen la información sin eufemismos del opaco mundo financiero y bancario, en especial de la banca de inversiones, y conocen, por tanto, las escandalosas intrigas de los agentes bancarios (cf. HARRINGTON, Brooke: *Capital without Borders. Wealth Managers and the One Percent*, Cambridge: Harvard University Press, 2016).

19 HOCHSCHILD, Arlie Russell: *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, Berkley et al.: University of California Press, 2003, aquí pp. 3-23 y GÖTZ, Irene: *Encountering Arlie Hochschild's Concept of «Emotional Labor» in Gendered Work Cultures: «Ethnographic Approaches in the Sociology of Emotions and in European Ethnology»*, en Koch, Gertraud; Everke Buchanan, Stefanie (eds.): *Pathways to Empathy. New Studies on Commodification, Emotional Labor, and Time Binds*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 2013, pp. 183-200.

orgullosa en la conversación, por el banco selecto y estable de éxito y rentabilidad continuos. Para su elección ha sido quizá decisiva la ubicación del banco, a la vista de todos, y el exclusivo interior, dotado de piezas artísticas de la mejor categoría y provisto de los más refinados materiales, ofreciendo una atmósfera exquisita, agradablemente protegida del mundo exterior. La situación y el interior del banco le sirven a esta clienta como indicio fiable de negocio lucrativo y sólido, del que ella espera poder obtener beneficio. Incluso le impresiona el trato muy respetuoso y cordial recibido por parte de un simple empleado de oficina, su asesor personal²⁰ (*banquero privado*), experimentando un ascenso de categoría como empresaria de éxito. El asesor personal, al que conoce desde hace muchos años, ofrece con frecuencia a la empresaria, como prueba de su reconocimiento, invitaciones a eventos especiales, como *Sankt Moritz* o *Art Basel*, a los que acude con él una y otra vez con mucho gusto. La clienta acepta las invitaciones por partida doble, por amistad y con orgullo. Por una parte, las ofertas del asesor le dan a ella la sensación de ser una clienta estimada del banco, por otra, recibe de esta manera el acceso a un selecto círculo internacional de personas, prohibido para la mayoría. Lugares famosos con ambiente especial, comida exquisita y bebidas refinadas, conferencias de oradores ilustres y conversaciones con personas del mismo modo de pensar se convierten para ella en el consumado ascenso social que vive en carne propia y, sobre todo, del que disfruta intensamente.

El ejemplo ilustra que, para comprender la lógica del asesoramiento financiero en la banca privada y su «funcionamiento» en la praxis, es necesario el análisis amplio y detallado de las prácticas de creación de confianza teniendo en cuenta el aspecto emocional y la empatía en las conversaciones mantenidas en un ambiente bancario y bajo unas circunstancias especiales. El enfoque etnográfico de la antropología cultural es idóneo para describir y entender el trabajo específico que se lleva a cabo con la confianza y las emociones a través de escenarios estéticos propios, aportando así primeros elementos de una Antropología de la confianza. Además, topa al mismo tiempo con un vacío en este campo, actualmente con una gran resonancia, el de la economía estética,²¹ dentro de los actuales

20 A los consultores de la banca privada se les suele llamar asesores personales o gestores de atención al cliente, más raramente gestores de relaciones con los clientes (*CRM, Client Relationship Manager*) y la mayoría de las veces, coloquialmente, son los banqueros privados (*Private Banker*).

21 El concepto de Böhme de «economía estética» se refiere a la estetización profunda de lo social provocada por la economía. Este fenómeno contemporáneo comprende abstractamente el llamado «trabajo estético» que tiene como objetivo el conferir a las cosas y a las personas un encanto especial armonizándolo con un ambiente: BÖHME, Gernot: «Zur Kritik der ästhetischen Ökonomie», en Maase, Kaspar (ed.): *Die Schönheiten des Populären*, Frankfurt a. M.: Campus, 2008, pp. 28-41, aquí p. 29. La noción de trabajo estético abarca también todas las prácticas por las que se otor-

debates en torno a la estetización de lo social, el *branding* y la comercialización de las emociones como importantes factores empresariales.

2. ESTADO ACTUAL DE LA INVESTIGACIÓN: MUNDO BANCARIO Y CIENCIA CULTURAL DE LA CONFIANZA

Por medio de ejemplos suizos y alemanes estudio las innumerables prácticas laborales materiales e inmateriales de los asesores de clientes que trabajan, o han trabajado, en la banca privada.²² El grupo de estudio comprende tanto a clientes-inversores de Suiza y Alemania como a expertos del sector, a los que pertenecen por ejemplo administradores del propio banco o arquitectos encargados de los interiores.²³ Mi investigación la preside, por tanto, la tesis principal de que, en una economía estética, el empleo de estrategias relevantes de trabajo con la confianza y las emociones no solo determina la labor de asesoramiento *sensu stricto* sino también, y sobre todo, la distribución de los espacializados ambientes de los bancos así como la imagen de la profesión y la actuación de los consultores de banca, con excepción de su lugar de trabajo propiamente dicho. La creación de confianza se materializa aquí en un modo heterogéneo de trabajo estético, que tiene la finalidad de dotar de un atractivo concreto a las cosas y a las personas envolviéndolas en una atmósfera que inspira confianza. Esta comercialización de

ga funcionalidad y conveniencia a las cosas, personas y a la unión de ambas a través de la importancia del entorno (o de cómo se utilice) (*ibidem*). La variante más reciente del capitalismo transformador de la posmodernidad la denomina Böhme «capitalismo estético», BÖHME, Gernot: *Ästhetischer Kapitalismus*, Berlin: Suhrkamp, 2016, en cuyo núcleo reside el importante escenario estético de la persona y el objeto con el propósito de expresar un estilo de vida, gustos o la pertenencia a un grupo o clase. Reckwitz describe esta transformación del capitalismo posmoderno como una evolución hacia una «economía estética», que se distingue por una particular producción continua de tipo cultural (estético o hermenéutico), cf. «Ästhetischer Kapitalismus», en Reckwitz, Andreas: *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*, Berlin: Suhrkamp, 2012, p. 11, y RECKWITZ, Andreas: *Die Transformation der Sichtbarkeitsordnung. Vom disziplinären Blick zu den kompetitiven Singularitäten*, en Soziopolis. Gesellschaft beobachten, 28.09.2015. <<http://www.sozio.polis.de/beobachten/kultur/artikel/die-transformation-der-sichtbarkeitsordnung/>>, último acceso: 15.04.2017.

22 Se habla de asesores y asesoras de clientes (banqueros privados), no autónomos, con edades comprendidas entre los 40 y los 72 años, que trabajan, o han trabajado, en bancos importantes, bancos privados gestionados por los propietarios y que cotizan en bolsa así como en cajas de ahorro y bancos cantonales. En concreto, la banca privada suiza sirve como prototipo de creador eficaz de confianza desde hace décadas, para cuyo propósito sus consultores emplean tácticas laborales emocionales y estético-ambientales claramente delimitadas.

23 Aquí se habla de clientes y clientas particulares tanto suizos como alemanes con edades comprendidas entre los 25 y los 96 años.

la confianza en las prácticas laborales y en la distribución de los lugares de trabajo puede considerarse como un fenómeno al que cada vez más hay que prestar atención.

De hecho, Heiner Goldinger fue uno de los primeros antropólogos culturales que abogó, a causa de la crisis financiera de 2007-2008, por la instauración de una «etnología del mundo económico y financiero moderno» como nuevo tema de investigación.²⁴ Incluso se han escrito desde entonces, solo de manera aislada, estrategias científico-culturales sobre el trabajo diario y los agentes determinados del mundo financiero y bancario.²⁵ A continuación se exponen a grandes rasgos estas importantes prácticas laborales sobre el tema y afines: Goldinger, sirviéndose de la zona comercial de Francfort, analiza de una forma ejemplar los mitos, símbolos y dramas sociales del mundo bancario y de las finanzas y se extiende sobre la actitud y el estilo de vida de los agentes de bolsa;²⁶ describe, basándose en su propia experiencia, cómo la indumentaria, escogida por él conforme a los cánones seguidos por su gremio, contribuyó a generar confianza como etnólogo en los agentes del mundo financiero. Martin Kaltwasser, en la monografía «Vabanque»,²⁷ hablando sobre el fenómeno del atraco a los bancos, profundiza en la arquitectura de los edificios bancarios. Del mismo modo debe hacerse mención de los artículos posteriores, aparecidos en la obra *Kultur der Ökonomie*²⁸ que trata la materialidad y la ejecución de lo económico en el ámbito bancario. Sophia Booz en «Von der Schalterhalle zum Erlebnisbanking» (de la sala de mostradores a la banca experiencial) hace un repaso histórico para poner de manifiesto los cambios en el espacio acaecidos en el interior de los bancos y sus repercusiones en el trato con los clientes.²⁹ A través de autobiografías Inga Klein analiza el discurso, las prácticas *in situ* y la conjunción de requisitos específicos y técnicas del lenguaje no verbal por parte

24 GOLDINGER, Heiner: *Zur Ethnologie moderner Finanz- und Wirtschaftswelt: Aufruf zur Etablierung eines neuen Forschungsschwerpunkts*, Schweizerisches Archiv für Volkskunde, 105, 2009, pp. 171-191.

25 Cf. PAULI, Jörg: *Transnationale Fusionen und ihre Bedeutung für Human Resources. Spurensicherung bei Führungskräften der Unternehmen Deutsche Bank/Bankers Trust und DaimlerChrysler*, Berlin: LIT, 2007.

26 GOLDINGER, Heiner: *Rituale und Symbole der Börse: Eine Ethnografie*, Berlin: LIT, 2002.

27 KALTWASSER, Martin: «Die Hülle des Paradieses. Architektur des Bankgebäudes», en Schönberger, Klaus (eds.): *Vabanque. Bankraub. Theorie. Praxis. Geschichte*, Berlin et al.: Assoziation A, 2011, pp. 174-191.

28 KLEIN, Inga, WINDMÜLLER, Sonja: *Kultur der Ökonomie. Zur Materialität und Performanz des Wirtschaftlichen*, Bielefeld: transcript, 2014.

29 BOOZ, Sophia: «Von der Schalterhalle zum Erlebnisbanking. Eine kulturwissenschaftliche Perspektive auf die Veränderung des Bankwesens durch den Geldautomaten», en Klein, Inga; Windmüller, Sonja (eds.): *Kultur der Ökonomie...*, 2014, pp. 81-95.

de malabaristas financieros y «estafadores» que usan la confianza con fines de engaño y lucro.³⁰ Urs Stäheli estudia la «esperanza como afecto económico» (*selling hope*), en concreto, en el asesoramiento financiero de inversión.³¹ En la obra *Money Matters* Silke Meyer hace una aproximación a las prácticas culturales y sociales del manejo de dinero desde diversas perspectivas. Su exhaustiva tesis de habilitación para el acceso a cátedra la dedica al manejo y comprensión de las deudas por parte de los agentes económicos.³² También en el campo de la antropología económica³³ se han investigado agentes concretos como los agentes de bolsa, sus estrategias y percepciones³⁴ o ámbitos específicos y fenómenos como la Bolsa de Shangai y la banca islámica.³⁵ Cabe destacar la investigación antropológico-cultural de Stefan Leins sobre las prácticas laborales que emplean en su día a día los analistas financieros de un banco privado de Zúrich.³⁶ Su estudio, basado en su trabajo como analista, aporta detallados puntos de vista, desde dentro, de los entresijos de esta profesión. Además, cita de paso los verbos que se necesitan para que las recomendaciones de inversión sean plausibles.

30 KLEIN, Inga: «Fake it 'til you make it'». Narrative und Praktiken des Ökonomischen in der Hochstapelei, en Klein, Inga, Windmüller, Sonja (ed.): *Kultur der Ökonomie...*, 2014, pp. 111-130.

31 STÄHELI, Urs: «Hoffnung als ökonomischer Affekt», en Klein, Inga; Windmüller, Sonja (eds.): *Kultur der Ökonomie...*, 2014, pp. 283-300.

32 MEYER, Silke: *Money Matters. Umgang mit Geld als soziale und kulturelle Praxis*, Innsbruck: innsbruck university press, 2014 y MEYER, Silke: *Das verschuldete Selbst. Narrativer Umgang mit Privatinsolvenz*, Frankfurt a. M.: Campus, 2017.

33 HANN, Chris, HART, Keith: *Economic Anthropology. History, Ethnography, Critique*, Cambridge: Wiley & Sons, 2011, pp. 142-144.

34 MIYAZAKI, Hirokazu: «The Temporalities of the Market», *American Anthropologist*, 105, n. 2, 2003, pp. 255-265; RILES, Annelise: «Real Time. Unwinding Technocratic and Anthropological Knowledge», *American Ethnologist*, 31, n. 3, 2004, pp. 392-405; ZALOOM, Caitlin: «Ambiguous Numbers. Trading Technologies and Interpretation in Financial Markets», *American Ethnologist*, 30 (2), 2003, pp. 258-272.

35 HERTZ, Ellen: *The Trading Crowd. An Ethnography of the Shanghai Stock Market*, Cambridge: Cambridge University Press, 1998; MAURER, Bill: *Mutual Life, Limited. Islamic Banking, Alternative Currencies, Lateral Reason*. Princeton: Princeton University Press, 2005; ZEILER, Viviana A.: «Ethics in the Economy», *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, 2007, 8 (1), 2007, pp. 8-23.

Complementan esta información la nueva sociología científica y la monografía de Knorr-Cetinas (2006) (KNORR-CETINA, Karin: *The Sociology of Financial Markets*, Oxford et al.: Oxford University Press, 2006), en la que estudia las prácticas de los agentes financieros en combinación con los aspectos sociales y culturales, por ejemplo, se investiga el efecto de las emociones en el trasiego laboral de los agentes de bolsa.

36 Cf. LEINS, Stefan: «Der Stamm der Banker. Ein Ethnologe erforscht für einmal statt fremde Völker heimische Banker», *Das Magazin*, 2013. <<http://www.isek.uzh.ch/aboutus/team/stefanleins/UnterBankern.pdf>> (15.04.2017).

De forma aislada hay unos primeros estudios sobre el sector financiero en el contexto de la antropología cultural de EE.UU. como, por ejemplo, las tesis doctorales de Karen Ho y Horacio Ortiz, que analizan la ideología y mentalidad operantes en el mercado financiero así como las interpretaciones subjetivas y la actitud de la mayoría de los bancos de inversión estadounidenses durante la última crisis financiera.³⁷

Asimismo, hasta la fecha apenas se han llevado a cabo estudios relevantes del tema en las disciplinas de investigación vecinas. En el campo de la sociología industrial y de la empresa y de la sociología económica se debe hacer especial mención de las siguientes obras: Pierre Bourdieu³⁸ trata la actuación y las prácticas laborales específicas de los consultores de banca a colación del *habitus* y los tipos de capital en *The Social Structure of the Economy*, donde investiga el fenómeno de la compra de la vivienda unifamiliar en el extrarradio de París. Brooke Harrington investigó las prácticas laborales de los gestores de patrimonio.³⁹ Su estudio, que precisamente tematiza las estrategias individuales de los gestores de patrimonio para explicar su *modus operandi* al límite de la legalidad con fines de evasión fiscal, aporta por vez primera puntos de vista, en gran parte ocultos, sobre esta oscura profesión.⁴⁰ Por el contrario, Martin Baethge y Herbert Oberbeck son los primeros en dedicarse, dentro de sus investigaciones sociológico-industriales sobre el futuro del personal administrativo y de oficina, a la creación de ambientes específicos para las reuniones en el contexto de la reestructuración de las sucursales bancarias que se produjo en los años 70 a causa de la racionalización.⁴¹ A continuación, y en relación con este tema, G. Günter Voß se ocupa de la impresión de simpatía que inspiran las ventanillas en los bancos y las salas de mostradores.⁴² Urs Stäheli examina la «visualización de oportunidades

37 HO, Karen: *Liquidated: An Ethnography of Wall Street*. Durham et al.: Duke University Press, 2009. ORTIZ, Horacio: *Anthropologie politique de la finance contemporaine: évaluer, investir, innover. Anthropologie sociale et ethnologie*, París: Les Presses de Sciences Po, 2008.

38 BOURDIEU, Pierre: *The Social Structure of the Economy*, Cambridge et al.: Polity Press, 2005.

39 Las funciones de los gestores de patrimonio se diferencian de las de los consultores de la banca privada, básicamente, en la magnitud, complejidad y asignación de recursos del patrimonio (financiero) de sus clientes, del que son responsables.

40 HARRINGTON, Brooke: *Capital without Borders. Wealth Managers and the One Percent*, Cambridge: Harvard University Press, 2016.

41 BAETHGE, Martin, OBERBECK, Herbert: *Zukunft der Angestellten. Neue Technologien und berufliche Perspektiven in Büro und Verwaltung*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 1986.

42 VOß, G. Günter: «“Gut geschaltet?” Die Bedeutung der Schalter für Banken, Beschäftigte und Kunden», en Tatschmurat, Carmen (ed.): *Geldwelt*. Vol. 2: *Zur Gegenwart der Bankangestellten*. München: Hampp, 1987, pp. 189-240.

de inversión en la publicidad financiera» y muestra cómo a través de imágenes la abstracta economía financiera debe hacerse comprensible a una potencial clientela de inversión.⁴³

Desde el estallido de la reciente crisis financiera, las investigaciones de ciencias de la comunicación y de los medios también retoman, de forma puntual, el tema de la confianza. Wolfgang Lamprecht, en *Schaffe Vertrauen, rede darüber und verdiene daran* (cree confianza, hable de ello y gane) estudia en profundidad, desde el punto de vista de los bancos, la eficacia de las prácticas de comunicación (*Corporate Communications*) para inspirar confianza en el ámbito del fomento de la cultura y el arte.⁴⁴ Frank Brettschneider en el estudio «An den Kunden vorbei. Die Sprache der Banken» (junto a los clientes, la lengua de los bancos) escudriña, desde la perspectiva de los clientes, los aspectos de una comunicación escrita comprensible generando así confianza por parte de varios bancos alemanes seleccionados mediante, por ejemplo, documentación para la apertura de cuentas, condiciones generales de contrato y boletines.⁴⁵ Además, llama la atención el considerable número de publicaciones de divulgación científica que proveen información sobre el oscuro mundo financiero y bancario, sobre todo en lo relativo a la banca de inversiones. La obra *Fool's Gold* remite a un ejemplo representativo en el que la antropóloga Gillian Tett, a colación de unas entrevistas realizadas a agentes de Wall Street, reconstruye el trabajo cotidiano de la denominada *Morgan Mafia* (J. P. Morgan). Este grupo diseñó productos financieros «creativos», llamados así al principio por ser estructuralmente muy complejos, incluso incomprensibles en su mayoría por los expertos, y que propiciaron en gran medida la crisis financiera mundial.⁴⁶

Resumiendo, puede observarse que, desde un punto de vista antropológico-cultural, el trabajo que se lleva a cabo con la confianza de los inversores particulares como tipo de trabajo emocional y estético no ha sido hasta ahora tema principal de investigación en la etnografía, etnología, ciencia empírico-cultural y

43 STÄHELI, Urs: «Normale Chancen? Die Visualisierung von Investmentchancen in der Finanzwerbung», en MAASEN, Sabine, MAYERHAUSER, Torsten, RENGGLI, Cornelia (eds.): *Bilder als Diskurse - Bilddiskurse*, Göttingen, 2006, pp. 27-52.

44 LAMPRECHT, Wolfgang: *Schaffe Vertrauen, rede darüber und verdiene daran. Kommunikationspraxis und Performance Measurement von Corporate Cultural Responsibility*, Wien: Springer, 2013.

45 BRETTSCHEIDER, Frank (2010): «An den Kunden vorbei. Die Sprache der Banken. Eine Studie der Universität Hohenheim, der H6H Communication Lab GmbH und CLS Communication». <<https://komm.uni-hohenheim.de/fileadmin/einrichtungen/komm/PDFs/Komm/Verstaendlichkeit/Bankenstudie.pdf>>, último acceso: 19.04.2017.

46 TETT, Gillian: *Fool's Gold: How Unrestrained Greed Corrupted a Dream, Shattered Global Markets and Unleashed a Catastrophe*, London: Free Press, 2009.

antropología cultural en Europa ni en las mencionadas disciplinas de investigación vecinas.⁴⁷ Sin embargo, esto, por un lado, parece ser útil y necesario en el marco de la permanente crisis financiera, que en esencia se considera una crisis profunda de confianza hacia el sector financiero y bancario en su totalidad.⁴⁸ Por otro lado, es necesario conceptualizar de nuevo el asesoramiento financiero de inversión como praxis cultural compleja, en tiempos de una particularización de la sociedad posmoderna, cuyos agentes se orientan⁴⁹ por lo especial y no por lo comparable (por ejemplo, bienes o servicios). Esta aseveración es cierta, básicamente, a causa de una economía estética, a la vez floreciente y propicia a esta transformación, en la que lo principal es la producción de experiencias únicas y la satisfacción de estas necesidades, y con el trasfondo de una concomitante estetización económica y universal de lo social. El asesoramiento financiero y la actitud inversora, de forma similar al (comportamiento de) consumo, se ensamblan y son captados de un modo decisivo a través de imágenes, metáforas, impulsos, emociones e ideas imaginativas.⁵⁰ Para poder clarificar las prácticas culturales del asesoramiento de inversión, es necesario describirlas desde la perspectiva cotidiana de cada uno de los agentes implicados así como analizarlas etnográficamente desde la perspectiva de los consultores y clientes individuales en relación con situaciones concretas. El planteamiento central de mi trabajo de investigación científico-cultural es identificar cómo se desarrolla de forma concreta el trabajo con la confianza y las emociones en las interacciones del consultor y cómo también estas se materializan en la arquitectura y los interiores, creando un efecto inspirador de confianza en un ambiente agradable para los clientes.⁵¹

47 Para complementar esta información, obsérvese que en las ciencias de la arquitectura y de historia del arte, se han investigado hasta la fecha descriptivamente y por igual desde un punto de vista teórico-cultural, urbanístico e histórico la distribución de los edificios bancarios y de la bolsa así como el mobiliario de sus interiores, la mayoría de las veces, por medio de edificios únicos o facultades cargadas de prestigio, cf. NUN, Robert Frank: *Sparkassenarchitektur in den 1950er bis 1970er Jahren. Das Streben nach unauffälliger Repräsentativität*, Stuttgart: Opus, 2014 y LORENZ, Peter, ISPHOR-DING, Stephan: *Banken und Geldinstitute*, Leinfelden-Echterdingen: Koch, 2003. Hasta hoy, en las investigaciones de la arquitectura aún no se han examinado empíricamente los aspectos de un efecto afectivo-ambiental de los diseños arquitectónicos (del espacio) de los bancos.

48 FARMER, Karl: «Wem darf man Vertrauen?...», 2014, p. 109.

49 Cf. RECKWITZ, Andreas: *Gesellschaft der Singularitäten – Zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp, 2017.

50 ILLOUZ, Eva: «Emotionen, Imaginationen und Konsum: Eine neue Forschungsaufgabe», en Drügh, Heinz; Metz, Christian; Weyand, Björn (eds.): *Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst*, Berlin: Suhrkamp, 2011, pp. 47-91, aquí pp. 49-50.

51 La ingente literatura económica y psicológico-económica sobre el sector financiero y bancario y, en especial, sobre lo referente a la banca privada (RUDOLF, Markus, BAEDORF, Katrin:

3. MARCO TEÓRICO Y EJEMPLO DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Para fundamentar teóricamente el concepto de «confianza» se puede recurrir a otros conceptos que tienen en cuenta las características de la situación y del entorno donde se genera confianza dependiendo de las experiencias de socialización individuales de los que dan confianza.⁵² La confianza se distingue por una dimensión intuitivo-afectiva: es una emoción humana.⁵³ Pero, al mismo tiempo, también puede definirse como un fenómeno de incorporación social en forma de una expectativa de seguridad frente a comportamientos positivos y futuros de personas o instituciones.⁵⁴ Por tanto, la confianza se puede desarrollar en forma de confianza sistémica o institucional, en el contexto investigativo local, como la que da un banco por su imagen pero también se puede producir confianza (inter)personal, como en el asesor personal por los valores que comparte y la sensación mutua de simpatía.⁵⁵

A la hora de generar confianza y mantenerla, las prácticas específicas para dar sensación de confianza adoptan una función esencial. Esto permite a los bancos y a sus empleados transmitir cercanía y bienestar a su clientela por

Private Banking, Frankfurt a. M.: Frankfurt School, 2011), que se ocupa cada vez más de los factores subjetivos que influyen en las decisiones de inversión, y que trata, sin embargo, solo de forma somera y esporádica el complejo tema de la confianza, cf. GEHRING, Thomas P.: «Können wir den Banken von vertrauen?», en Hammer, Edith; Tomaschek, Nino (eds.): *Vertrauen. Standpunkte zum sozialen, wirtschaftlichen und politischen Handeln*, Münster et al.: Waxmann, 2013, pp. 153-164 y SPICHAL, Martina: *Soziale Kompetenzen von Vermögensberatern – eine Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung der ethischen Kompetenzen*, Berlín: Logos, 2001; puede consultarse para la actual investigación científico-cultural, dado el volumen de sus investigaciones, pero solo de forma limitada. La mayoría de estudios sobre gestión, *marketing* o venta analizan ejemplos de prácticas de creación de relaciones de confianza entre clientes y asesores bancarios basándose en factores aislados, cf. BERNET, Beat: *Relationship Banking. Kundenbeziehungen profitabler gestalten*, Wiesbaden: Springer, 1998 y STEINMANN, Thorsten: *Vertrauen in Banken*, Wiesbaden: Springer, 2013.

52 V. ENDREß, Martin: *Vertrauen*, Bielefeld: transcript, 2002; LUHMANN, Niklas: *Vertrauen. Ein Mechanismus zur Reduktion sozialer Komplexität*, Stuttgart: UTB, 2000.

53 Cf. FREVERT, Ute: «Vertrauen. Historische Annäherungen an eine Gefühlshaltung», en Bethien, Claudia; Fleig, Anne; Kasten, Ingrid (eds.): *Emotionalität. Zur Geschichte der Gefühle*, Köln et al.: Böhlau, 2000, pp. 178-197.

54 GAMBETTA, Diego: «Kann man dem Vertrauen vertrauen?», en Hartmann, Martin; Offe, Claus (eds.): *Vertrauen. Die Grundlage des sozialen Zusammenhalts*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 2001, pp. 204-237, aquí p. 210.

55 Cf. ROTH, Klaus: «Trust, Networks, and Social Capital in the Transformation Countries. Ethnological Perspectives», en Roth, Klaus: *Soziale Netzwerke und Soziales Vertrauen in den Transformationsländern. Ethnologische und soziologische Untersuchungen*, Berlin et al.: LIT, 2007, pp. 7-20.

medio del uso intencionado en las reuniones de procedimientos de acción precisos, siempre uniformes y por ende familiares, o de mobiliario y objetos artísticos conocidos.⁵⁶

Para averiguar la intencionalidad de la específica sinergia e interdependencia de emoción, espacio, ambiente y praxis de interacción en la producción de confianza, es útil recurrir a nuevas teorizaciones sobre la arquitectura como «medio de lo social» y a reflexiones sobre la externalización, objetivación e internalización de estructuras sociales a través de la arquitectura.⁵⁷ Para interpretar espacios arquitectónicos hay que partir de una concepción relativista del espacio que interrelaciona personas, comercio y materialidad en el proceso de constitución del espacio.⁵⁸ Un punto de vista fenomenológico sobre la arquitectura (espacial) facilita la investigación de su perceptibilidad subjetiva y la experiencia emocional transmitida por el ambiente a través de la concomitancia específica de diversos procesos sensitivos.⁵⁹ Esta concepción se basa en el concepto de ambiente de Böhme,⁶⁰ por lo que los ambientes van unidos a la distribución arquitectónica de los espacios y despliegan su influencia causando impresiones o efectos que se experimentan subjetivamente por medio de percepciones físicas y sensaciones.⁶¹ Las observaciones expuestas hasta ahora demuestran que también las formas, colores y texturas de las superficies así como los olores y sonidos de los bancos se distribuyen en el ambiente con una intención determinada contribuyendo eficazmente al bienestar de los clientes y al aumento de confianza.⁶² El siguiente ejemplo sobre la concreta distribución del interior de un vestíbulo en un banco de Zúrich, dedicado exclusivamente a la banca privada y a la

56 ENDREß, Martin: «Vertrauen und Vertrautheit – Phänomenologisch-anthropologische Grundlegung», en Hartmann, Martin; Offe, Claus (eds.): *Vertrauen...*, pp. 166-167; LUHMANN, Niklas: «Vertrautheit, Zuversicht, Vertrauen. Probleme und Alternativen», en Hartmann, Martin; Offe, Claus (eds.): *Vertrauen...*, 2001, pp. 143-160, aquí p. 143.

57 Cf. DELITZ, Heike: *Gebaute Gesellschaft. Architektur als Medium des Sozialen*, Frankfurt a. M.: Campus, 2010; STEETS, Silke: *Der sinnhafte Aufbau der gebauten Welt*, Berlin: Suhrkamp, 2015.

58 Cf. LÖW, Martina: *Raumsoziologie*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2001.

59 Cf. JANSON, Alban: «Räumliche Erstrecktheit», *Wolkenkuckucksheim. Internationale Zeitschrift für Theorie der Architektur*, 18, n. 31, 2013, pp. 237-249. <http://cloud-cuckoo.net/fileadmin/hefte_de/heft_31/artikel_janson.pdf>, último acceso: 15.04.2017.

60 BÖHME, Gernot: *Atmosphäre: Essays zur neuen Ästhetik*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1995.

61 Cf. ANDERSON, Ben: «Affective Atmospheres», *Emotion, Space and Society*, 2, 2009, pp. 77-81.

62 Se encuentran propuestas al respecto en LARGEY, Gale Peter, WASTON, David Rodney: «The Sociology of Odors», *American Journal of Sociology*, 77, 1972, pp. 1021-1033, aquí p. 1031 y PORTEOUS, J. Douglas: «Smellscape», *Progress in Physical Geography*, vol. 9, n. 3, 1985, pp. 356-378.

gestión de patrimonio⁶³, debe dar en definitiva, desde el punto de vista etnográfico y con la minuciosidad descriptiva de Clifford Geertz, una idea paradigmática de las interacciones de los agentes con el ambiente:

Tan pronto como las satinadas puertas de cristal del vestíbulo se han cerrado suave y silenciosamente, se siente el cliente del banco en todo un universo propio: reina un silencio casi absoluto, los empleados se mueven elegantemente, uno tras otro y de manera armoniosa por la recepción, como si todos formaran parte de una ensayada y perfecta coreografía. La refinada zona de la entrada, de iluminación indirecta, se presenta en coordinados tonos pastel de cálidos colores champán y rojo terracota. El suelo está cubierto de un raro, llamativo y vetado mármol gris parduzco. La vibrante y afiligranada recepción de reluciente madera rojiza, oscura piedra natural y con bandejas para la correspondencia revestidas de piel marrón oscura invita al visitante a acariciarla y admirarla. Cada cliente es anunciado del mismo modo atento y reservado, al tiempo que una de las tres personas de recepción le da la bienvenida y avisa telefónicamente sin demora a cada consultor personal. Entre tanto, una persona, que porta el correspondiente logo corporativo del banco en un discreto traje oscuro con corbata azul, se acerca con discreción y toma al cliente, ya de por sí a gusto, de forma protectora y con amabilidad, y lo acompaña con exquisita cortesía, precediéndole un paso, un tanto afectuosamente, a una reservada sala de reuniones.

La pesada puerta insonorizada da un ligero y sordo golpe al cerrarse y el visitante espera a la empleada para pedir una bebida. En la sala de reuniones reina una atmósfera agradable y acogedora: una brillante alfombra de pelo largo y suave, gris claro y crema aunque este último en menor medida, sobre un parqué mate, opacas cortinas de color *beige*, que las más de las veces tapan la vista del exterior, una suave luz indirecta así como una calefacción y climatización invisibles y silenciosas pertenecen a la infraestructura estándar de cada una de las acaso 20 salas de reuniones similares. En el centro de la estancia se sitúa una mesa de juntas redonda con una gruesa y oscura losa de madera auténtica muy pulida, semejante a una mesa de comedor, y rodeada por pesados sillones giratorios, de grueso cuero color ocre finamente graneado, con una base cromada. El mobiliario se completa con un discreto y esbelto aparador de un barniz color gris claro mate, sobre el que están colocados los distintos tipos de agua, vasos de tallo largo y posavasos de papel, todo ello dispuesto en una bandeja de plata. En el centro del mueble hay un folleto de la empresa y junto a él, a la derecha, un teléfono y una lámpara italiana de mesa. Sobre el aparador suele pender un escogido cuadro de un renombrado artista internacional.

Después de que las bebidas han sido delicadamente preparadas por la empleada y servidas de forma perfecta en una vajilla de porcelana, llaman de nuevo a la puerta breve y suavemente. Pasa un segundo, y entonces el asesor entra en la habitación. Es un hombre cultivado de aspecto dinámico, unos cuarenta y tantos años, alto y delgado. Lleva gafas de carey oscuras, un moderno traje de lana de corte ajustado y tejido un tanto grueso de

63 En la gestión de patrimonio se ofrece a los clientes-inversores, en contraposición con la banca privada, una amplia gama de productos y servicios. Esto también incluye, por ejemplo, los planes de pensiones y la gestión de herencias o la de deudas así como el servicio de coordinación y asesoramiento como punto de enlace entre banca, derecho e impuestos por medio del asesor personal.

color gris claro, la pernera tiene un corte no demasiado largo de manera que resalte el pespunte oscuro en los bordes del Oxford, una camisa blanca con un pequeño cuello y puños franceses así como una moderna corbata delgada y oscura. Con paso decidido y ligero a la vez, sujeta hábilmente bajo el brazo su oscuro portafolios de piel, se dirige al cliente y le da afectuosamente la bienvenida a la «reunión de asesoramiento» semestral, que comienza de modo distendido con el protocolo habitual y en un ambiente familiar.

En los últimos años ha aumentado considerablemente el interés de las ciencias culturales por una perspectiva económica de investigación.⁶⁴ Las ciencias culturales etnológicas europeas han contribuido a ello en repetidas ocasiones y aquí se añade mi trabajo de investigación. Debido a un resurgimiento de la política neoliberal social y de mercado laboral del «estado social activo»,⁶⁵ cobra importancia la planificación financiera por cuenta propia y privada mediante planes de pensiones.⁶⁶ Parece que, cada vez para más personas independientemente de la cantidad de recursos financieros disponibles, resulta atractivo gastarse dinero, de forma activa y preventiva, en la ayuda profesional de un consultor de banca ya sea para ahorrar, crear fondos de reserva de pensiones o para contratar un seguro de vida, a fin de protegerse mediante sistemas de seguridad del Estado en tiempos del estado social fordista. Este argumento utilizado por las empresas de asesoramiento del sector financiero privado les sirve, naturalmente, para reflejar sus lógicas, deconstruir su forma y características y, en el mejor de los casos, para volver a justificar su eficacia. Además, a través del pormenorizado estudio de la interacción del espacio con los ambientes y las prácticas laborales con la confianza, se espera obtener conclusiones esenciales en el campo intermedio de, por un lado, una antropología cultural de las emociones⁶⁷ y su comercialización y, por otro, de la etnografía laboral en una profesión apenas investigada hasta el momento. Desde el punto de vista teórico, se ensamblan aquí los estudios sobre arquitectura del espacio, cultura material y orientaciones habituales así como una praxeología particular del sector, se relacionan de forma más acusada la arquitectura y las ciencias culturales y, al mismo tiempo, se presta más atención a los espacios como

64 MEYER, Silke: «'Mehr braucht's nicht'. Kapitalsorten und ihre Konvertierung», en KLEIN, Inga, WINDMÜLLER, Sonja (ed.): *Kultur der Ökonomie...*, 2014, pp. 131-148, aquí p. 132.

65 GÖTZ, Irene, HUBER Birgit: «Transformationsgewinner oder Transformationsverlierer? Wie Wirtschaftskrise und Flexibilitätsregimes auf Gestaltungschancen Einfluss nehmen – Zur Einführung», en Götz, Irene; Huber, Birgit; Kleiner, Piritta (eds.): *Arbeit in neuen Zeiten...*, 2010, pp. 11-21, aquí p. 12.

66 Cf. LESSENICH, Stephan: *Die Neuerfindung des Sozialen. Der Sozialstaat im flexiblen Kapitalismus*, Bielefeld: transcript, 2008.

67 Cf. SCHEER, Monique: «Are Emotions a Kind of Practice (and is that what makes them have a History)? A Bourdieuan Approach to Understanding Emotion», *History and Theory*, 51, 2012, pp. 193-220.

«actuantes» y, por tanto, a los creadores activos del trabajo emocionalizado con la confianza.⁶⁸ Tal vez los resultados del proyecto de investigación puedan contribuir al establecimiento de una «antropología de la condianza» y finalmente aportar una emergente «etnología del mundo financiero y económico moderno».⁶⁹

BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, Ben: «Affective Atmospheres», *Emotion, Space and Society*, 2, 2009, pp. 77-81.
- BAETHGE, Martin, OBERBECK, Herbert: *Zukunft der Angestellten. Neue Technologien und berufliche Perspektiven in Büro und Verwaltung*. Frankfurt a. M. et al.: Campus, 1986.
- BERNET, Beat: *Relationship Banking. Kundenbeziehungen profitabler gestalten*, Wiesbaden: Springer, 1998.
- BOURDIEU, Pierre: *The Social Structure of the Economy*, Cambridge et al.: Polity Press, 2005.
- BÖHME, Gernot: *Ästhetischer Kapitalismus*, Berlín: Suhrkamp, 2016.
- BÖHME, Gernot: «Zur Kritik der ästhetischen Ökonomie», en Maase, Kaspar (ed.): *Die Schönheiten des Populären*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 2008, pp. 28-41.
- BÖHME, Gernot: *Atmosphäre: Essays zur neuen Ästhetik*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1995.
- DELITZ, Heike: *Gebaute Gesellschaft. Architektur als Medium des Sozialen*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 2010.
- DÖRRE, Klaus: «Die neue Landnahme. Dynamiken und Grenzen des Finanzmarktkapitalismus», en Dörre, Klaus; Lessenich, Stephan; Rosa, Hartmut (eds.): *Soziologie, Kapitalismus, Kritik. Eine Debatte*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2012, pp. 21-86.
- ENDREß, Martin: «Vertrauen und Vertrautheit – Phänomenologisch-anthropologische Grundlegung», en Hartmann, Martin; Offe, Claus (eds.): *Vertrauen. Die Grundlage des sozialen Zusammenhalts*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 2001, pp. 161-203.

68 En concreto, Manfred Omahna, Klara Löffler y Regina Bittner, bajo la dirección de Johanna Rolshoven, abogan por una mayor sinergia entre arquitectura y ciencia cultural desde una perspectiva metodológica y epistemológica (ROLSHOVEN, Johanna, OMAHNA, Manfred: *Reziproke Räume. Texte zu Kulturanthropologie und Architektur*, Marburg: Jonas, 2013).

69 Cf. GOLDINGER, Heiner: «Zur Ethnologie moderner Finanz- und Wirtschaftswelt: Aufruf zur Etablierung eines neuen Forschungsschwerpunkts», *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*, 105, 2009, pp. 171-191.

- ENDREß, Martin: «Vertrauen», Bielefeld: transcript, 2002.
- FARMER, Karl: «Wem darf man vertrauen? Den Finanzmärkten oder den Staatschefs?», en Farmer, Karl; Jung, Harald; Lachmann, Werner (eds.): *Wirtschaftskrisen und der Vertrauensverlust in Wirtschaft und Politik. Ist das Vertrauen im christlichen Ethos wiederzugewinnen?*, Münster: LIT, 2014, pp. 109-136.
- FREVERT, Ute: «Vertrauen. Historische Annäherungen an eine Gefühlshaltung», en Bethien, Claudia; Fleig, Anne; Kasten, Ingrid (eds.): *Emotionalität. Zur Geschichte der Gefühle*, Köln et al.: Böhlau, 2000, pp. 178-197.
- GAMBETTA, Diego: «Kann man dem Vertrauen vertrauen?», en Hartmann, Martin; Offe, Claus (eds.): *Vertrauen. Die Grundlage des sozialen Zusammenhalts*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 2001, pp. 204-237.
- GEHRING, Thomas P.: «Können wir den Banken von vertrauen?», en Hammer, Edith; Tomaschek, Nino (eds.): *Vertrauen. Standpunkte zum sozialen, wirtschaftlichen und politischen Handeln*, Münster et al.: Waxmann, 2013, pp. 153-164.
- GOLDINGER, Heiner: *Zur Ethnologie moderner Finanz- und Wirtschaftswelt: Aufruf zur Etablierung eines neuen Forschungsschwerpunkts*, Schweizerisches Archiv für Volkskunde, 105, 2009, pp. 171-191.
- GOLDINGER, Heiner: *Rituale und Symbole der Börse: Eine Ethnografie*, Berlin: LIT, 2002.
- GÖTZ, Irene: «Encountering Arlie Hochschild's Concept of 'Emotional Labor' in Gendered Work Cultures: Ethnographic Approaches in the Sociology of Emotions and in European Ethnology», en Koch, Gertraud; Everke Buchanan, Stefanie (eds.): *Pathways to Empathy. New Studies on Commodification, Emotional Labor, and Time Binds*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 2013, pp. 183-200.
- GÖTZ, Irene: «Sensing Post-Fordist Work Life. Recent Perspectives in the Ethnography of Work», *Ethnologia Europaea. Journal of European Ethnology*, 43, 1, 2013, pp. 68-87.
- GÖTZ, Irene, HUBER Birgit: «Transformationsgewinner oder Transformationsverlierer? Wie Wirtschaftskrise und Flexibilitätsregimes auf Gestaltungschancen Einfluss nehmen – Zur Einführung», en Götz, Irene; Huber, Birgit; Kleiner, Piritta (eds.): *Arbeit in neuen Zeiten. Ethnografien und Reportagen zu Ein- und Aufbrüchen*, München: Utz, 2010, pp. 11-21.
- HANN, Chris, HART, Keith: *Economic Anthropology. History, Ethnography, Critique*, Cambridge: Wiley & Sons, 2011.
- HERTZ, Ellen: *The Trading Crowd. An Ethnography of the Shanghai Stock Market*, Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

- HO, Karen: *Liquidated: An Ethnography of Wall Street*, Durham et al.: Duke University Press, 2009.
- HARRINGTON, Brooke: *Capital without Borders. Wealth Managers and the One Percent*, Cambridge: Harvard University Press, 2016.
- HEEG, Susanne: «Spekulationsblase», en Marquardt, Nadine; Schreiber, Verena: *Ortsregister. Ein Glossar zu Räumen der Gegenwart*, Bielefeld: transcript, 2012, pp. 256-261.
- HEID, Thomas J.: «Der Anlagekapitalismus lebt. Wie selbständige Finanzberater die Wirtschaftskrise überstehen», en Götz, Irene; Huber, Birgit; Kleiner, Piritta (eds.): *Arbeit in neuen Zeiten. Ethnografien zu Ein- und Aufbrüchen*, München: Utz, 2010, pp. 103-122
- HOCHSCHILD, Arlie Russell: *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, Berkeley et al.: University of California Press, 2003.
- ILLOUZ, Eva: «Emotionen, Imaginationen und Konsum: Eine neue Forschungsaufgabe», en Drügh, Heinz; Metz, Christian; Weyand, Björn (eds.): *Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst*, Berlin: Suhrkamp, 2011, pp. 47-91.
- JANSON, Alban: «Räumliche Erstrecktheit», en: *Wolkenkuckucksheim. Internationale Zeitschrift für Theorie der Architektur*, vol. 18, n. 31, 2013, pp. 237-249. <http://cloud-cuckoo.net/fileadmin/hefte_de/heft_31/artikel_janson.pdf>.
- KALTWASSER, Martin: «Die Hülle des Paradieses. Architektur des Bankgebäudes», en SCHÖNBERGER, Klaus (ed.): *Vabanque. Bankraub. Theorie. Praxis. Geschichte*, Berlin et al.: Assoziation A, 2011, pp. 174-191.
- KLEIN, Inga, WINDMÜLLER, Sonja: *Kultur der Ökonomie. Zur Materialität und Performanz des Wirtschaftlichen*, Bielefeld: transcript, 2014.
- KNORR-CETINA, Karin: *The Sociology of Financial Markets*, Oxford et al.: Oxford University Press, 2006.
- KOCH, Gertraud, WARNEKEN, Bernd Jürgen: *Wissensarbeit und Arbeitswissen. Zur Ethnografie des kognitiven Kapitalismus*, Frankfurt a. M. et al: Campus, 2012.
- LAMPRECHT, Wolfgang: *Schaffe Vertrauen, rede darüber und verdiene daran. Kommunikationspraxis und Performance Measurement von Corporate Cultural Responsibility*, Wien: Springer, 2013.
- LARGEY, Gale Peter, WASTON, David Rodney: *The Sociology of Odors*, en: *American Journal of Sociology* 77, 1972, pp. 1021-1033.
- LESSENICH, Stephan: *Die Neuerfindung des Sozialen. Der Sozialstaat im flexiblen Kapitalismus*, Bielefeld: transcript, 2008.
- LIETAER, Bernard: *The Future of Money*, London: Random House Business, 2001.

- LOISTL, Otto, RUDOLF, Markus: *Qualitätsmessung im Private Banking. Eine Analyse der Dienstleistungsqualität und ihrer Auswirkungen*, Köln: Eul, 2009.
- LORENZ, Peter, ISPHORDING, Stephan: *Banken und Geldinstitute*, Leinfelden-Echterdingen: Koch, 2003.
- LÖW, Martina: *Raumsoziologie*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2001.
- LUHMANN, Niklas: *Vertrauen. Ein Mechanismus zur Reduktion sozialer Komplexität*, Stuttgart: UTB, 2000.
- LUHMANN, Niklas: «Vertrautheit, Zuversicht, Vertrauen. Probleme und Alternativen», en Hartmann, Martin; Offe, Claus (eds.): *Vertrauen. Die Grundlage des sozialen Zusammenhalts*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 2001, pp. 143-160.
- MAURER, Bill: *Mutual Life, Limited. Islamic Banking, Alternative Currencies, Lateral Reason*, Princeton: Princeton University Press, 2005.
- MEYER, Silke: *Das verschuldete Selbst. Narrativer Umgang mit Privatinsolvenz*, Frankfurt a.M. et al.: Campus, 2017.
- MEYER, Silke: *Money Matters. Umgang mit Geld als soziale und kulturelle Praxis*, Innsbruck: innsbruck university press, 2014.
- MEYER, Silke: «‘Mehr braucht’s nicht’. Kapitalsorten und ihre Konvertierung», en Klein, Inga; Windmüller, Sonja (eds.): *Kultur der Ökonomie. Zur Materialität und Performanz des Wirtschaftlichen*, Bielefeld: transcript, 2014, pp. 131-148.
- MIYAZAKI, Hirokazu: «The Temporalities of the Market», *American Anthropologist*, 105, n. 2, 2003, pp. 255-265.
- NUN, Robert Frank: *Sparkassenarchitektur in den 1950er bis 1970er Jahren. Das Streben nach unauffälliger Repräsentativität*, Stuttgart: Opus, 2014.
- ORTIZ, Horacio: *Anthropologie politique de la finance contemporaine: évaluer, investir, innover. Anthropologie sociale et ethnologie*. Paris: Les Presses de Sciences Po, 2008.
- PAULI, Jörg: *Transnationale Fusionen und ihre Bedeutung für Human Resources. Spurensicherung bei Führungskräften der Unternehmen Deutsche Bank/Bankers Trust und DaimlerChrysler*, Berlin: LIT, 2007.
- PORTEOUS, J. Douglas: «Smellscape», *Progress in Physical Geography*, vol. 9, n. 3, 1985, pp. 356-378.
- RECKWITZ, Andreas: *Gesellschaft der Singularitäten – Zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp, 2017.
- RECKWITZ, Andreas: «Die Transformation der Sichtbarkeitsordnung. Vom disziplinären Blick zu den kompetitiven Singularitäten», *Soziopolis. Gesellschaft beobachten*, 28.09.2015. <<http://www.sozipolis.de/beobachten/kultur/artikel/die-transformation-der-sichtbarkeitsordnungen/>>.

- RECKWITZ, Andreas: *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozeß gesellschaftlicher Ästhetisierung*, Berlin: Suhrkamp, 2012.
- RILES, Annelise: «Real Time. Unwinding Technocratic and Anthropological Knowledge», *American Ethnologist*, 2004, vol. 31, n. 3, 2004, pp. 392-405
- ROLSHOVEN, Johanna, OMAHNA, Manfred: *Reziproke Räume. Texte zu Kulturanthropologie und Architektur*, Marburg: Jonas, 2013
- ROTH, Klaus: «Trust, Networks, and Social Capital in the Transformation Countries. Ethnological Perspectives», en Roth, Klaus: *Soziale Netzwerke und Soziales Vertrauen in den Transformationsländern. Ethnologische und soziologische Untersuchungen*, Berlin et al.: LIT, 2007, pp. 7-20.
- RUDOLF, Markus, BAEDORF, Katrin: *Private Banking*, Frankfurt a. M.: Frankfurt School, 2011.
- SCHEER, Monique: «Are Emotions a Kind of Practice (and is that what makes them have a History)? A Bourdieuan Approach to Understanding Emotion», *History and Theory*, 51, 2012, pp. 193-220.
- SCHMITT, Hubert-Ralph: *Liebet Eure Banker – denn Ihr werdet sie noch brauchen. Innensichten aus dem Geldgeschäft*. München: FinanzBuch, 2012.
- SPICHAL, Martina: *Soziale Kompetenzen von Vermögensberatern – eine Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung der ethischen Kompetenzen*, Berlin: Logos, 2001.
- STÄHEL, Urs: «Normale Chancen? Die Visualisierung von Investmentchancen in der Finanzwerbung», en Maasen, Sabine; Mayerhauser, Torsten; Renggli, Cornelia (eds.): *Bilder als Diskurse – Bilddiskurse*, Göttingen: 2006, pp. 27-52.
- STEINMANN, Thorsten: *Vertrauen in Banken*, Wiesbaden: Springer, 2013.
- STEETS, Silke: *Der sinnhafte Aufbau der gebauten Welt*, Berlin: Suhrkamp, 2015.
- TANNER, Jakob: «Die Währung der Finanzmärkte ist Vertrauen»: Nachhaltigkeit und Hinterhältigkeit eines mentalen Phänomens in historischer Perspektive», en Baberowski, Jörg (ed.): *Was ist Vertrauen? Ein interdisziplinäres Gespräch*, Frankfurt a. M. et al.: Campus, 2014, pp. 73-100.
- TETT, Gillian: *Fool's Gold: How Unrestrained Greed Corrupted a Dream, Shattered Global Markets and Unleashed a Catastrophe*, London: Free Press, 2009.
- VOß, G. Günter: «'Gut geschaltet?' Die Bedeutung der Schalter für Banken, Beschäftigte und Kunden», en Tatschmurat, Carmen (ed.): *Geldwelt. Vol. 2: Zur Gegenwart der Bankangestellten*, München: Hampp, 1987, pp. 189-240.
- ZALOOM, Caitlin: «Ambiguous Numbers. Trading Technologies and Interpretation in Financial Markets», *American Ethnologist*, 30 (2), 2003, pp. 258-272.

ZEZILER, Viviana A.: «Ethics in the Economy», *Zeitschrift für Wirtschafts - und Unternehmensethik*, 2007, 8 (1), pp. 8-23.