

CONFIANZA Y RIESGO EN LOS SISTEMAS BANCARIOS

CELESTE JIMÉNEZ DE MADARIAGA

Universidad de Huelva

En este texto, la autora aborda los problemas de *confianza* y *riesgo* en los denominados *puntos de acceso* a los *sistemas expertos*, centrándose en el estudio concreto de los sistemas bancarios y escogiendo la oficina de una entidad bancaria como contexto para la producción etnográfica. Al analizar las condiciones de acceso de los clientes y las estrategias que componen la *cara* de la institución, nos descubre los procesos de *confianza* y *riesgo* en la relación entre expertos y usuarios, y cómo la *confianza* llega a ser harto ilusoria y el *riesgo* sumamente calculado de manera que devienen en *cooperación-sospecha*.

El presente artículo constituye un resumen sobre algunas de las conclusiones obtenidas del trabajo de investigación titulado: “Problemas de *confianza/riesgo* en los *puntos de acceso* a sistemas expertos. Hacia una etnografía de conexiones complejas en la ciudad”, realizado por un equipo de antropólogos¹ adscrito al Departamento de Antropología Social, Lógica y Filosofía de la Ciencia de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), y financiado por la Consejería de Educación y Cultura de la Comunidad de Madrid. Se trataba de analizar y tipificar el par conceptual «*confianza/riesgo*» en los actuales *sistemas expertos* tal y como se expresan en lo que Giddens (1994) ha denominado *puntos de acceso* a dichos sistemas.

Por *sistemas expertos* se entiende aquellas formas modernas de organización del trabajo caracterizadas por el desanclaje de la acción de los agentes respecto a condiciones locales de presencia, implicando formas de coordinación abstractas y racionalizadas, basadas en una elevada especialización de tareas, el manejo de tecnologías complejas y el uso de medios de comunicación e intercambio a larga distancia que desterritorializan el espacio y universalizan el tiempo. Los *puntos de acceso* son los lugares específicos en los que las personas puede tomar contacto con el sistema, escenarios de interacción entre usuarios y agentes-expertos del sistema. En la mayoría de nuestros actos cotidianos influyen estos sistemas y sus encarnaciones institucionales (ir de compras, desplazarse en tren, comer en un restaurante, etc.), lo que hace necesario la existencia de una *confianza* abstracta y generalizada por parte de los usuarios individuales en que tales sistemas en su conjunto funcionarán correctamente y la aceptabilidad social de ciertas dosis de *riesgos* (el producto comprado se ajustará al precio estipulado y estará en perfecto estado, el tren nos llevará al destino deseado sin contratiempos, los alimentos estarán bien cocinados y en buenas condiciones higiénicas, etc.).

Siguiendo, entre otros, el planteamiento de Giddens, los *puntos de acceso* conformarían escenarios de observación especialmente apropiados para estudiar cómo se muestran la

¹ Dicha investigación fue dirigida por el profesor Honorio Velasco Maíllo (UNED), y el resto de los miembros del equipo son: Francisco Cruces Villalobos, Ángel Díaz de Rada, Roberto Fernández Suárez y Raúl Sánchez Molina.

confianza y el *riesgo* en el interfaz entre saber de usuario y saber de experto. Así pues, para nuestra investigación, escogimos y nos distribuimos entre seis contextos etnográficos concretos: servicios hospitalarios, transporte aéreo, ventanillas de atención al público, consejos ciudadanos, administración local y servicios bancarios. Mi atención se centró en la etnografía de una entidad bancaria que tomaré como ejemplo en este escrito².

CONFIANZA, RIESGO Y COOPERACION

En los sistemas bancarios, nos encontramos que el vínculo de la relación clientes-bancos es marcadamente *contractual*, de provisión mercantil de servicios y bienes, y el objeto fundamental de dicho vínculo representa el principal medio simbólico de intercambio en las sociedades modernas: el dinero (Simmel, 1977). Se compra y vende dinero y los servicios relacionados con éste. A diferencia de otros sistemas expertos, en este caso, las fuentes de *confianza* y *riesgo* afectan en una doble dirección en la relación clientes-bancos. Por un lado, los clientes «confían» en una determinada entidad bancaria (en que su dinero estará seguro, las operaciones serán correctas, tendrán un buen servicio, etc.). Por otro lado, para determinadas operaciones como las crediticias e hipotecarias, los bancos «confían» en los clientes (en que el dinero prestado será devuelto en el tiempo y con los intereses estipulados).

Si bien los clientes, particulares y empresas, depositan su capital en los bancos, el *riesgo* de una posible pérdida total o quiebra es remoto y sobrepasa los límites de la propia entidad bancaria a otros niveles de la estructura macroeconómica (fondos de garantías del Banco de España, Banco Europeo, aseguradoras, etc.). Los clientes ni siquiera se plantean este posible *riesgo* tecnocientífico-financiero por lo que, en tal sentido, podemos hablar de una *confianza sistémica* (Giddens, 1994), la creencia en que el sistema funcionará correctamente, la aceptabilidad social del *riesgo* que genera los sistemas expertos en la modernidad.

No obstante, los clientes experimentan *riesgos* de naturaleza tecnoburocrática, errores técnicos, informáticos y del personal empleado así como la probabilidad de pérdidas en la gestión y negociación de sus intereses. El excesivo coste de los servicios prestados por los bancos suele ser un motivo de queja frecuente. A todo se añade la generalizada apreciación de falta de elección en la vinculación de los clientes con los bancos. Primero por la escasa variedad en la oferta de precios de los productos bancarios, limitada al estrecho margen que marca el mercado del dinero en nuestra economía global (en casi todas las entidades bancarias se ofrecen los mismos intereses, los mismos tipos hipotecarios, se cobran las mismas tarifas por los servicios de mantenimiento de cuentas, transferencias, etc.)³. Segundo porque, en definitiva, se entiende que todas las entidades bancarias, como empresas privadas, buscan el propio beneficio a la vez que se asemejan en sus deficiencias y, a este respecto, la mayoría de los informantes-usuarios las homogeneizan con el usual comentario de «todos -los bancos- son iguales»⁴. Más aún, muchos de estos usuarios han expresado la sensación de encontrarse como “atrapados” por los bancos, tanto a niveles generales -la necesidad ineludible de vivir con los bancos por las tramitaciones de nóminas, domiciliaciones de recibos, pagos con tarjetas, etc.- como a niveles particulares de una

² El trabajo de campo se desarrolló durante los años 1997 y 1998 en una oficina de una conocida entidad bancaria situada en la zona centro de Sevilla. Además de la observación participante, he realizado entrevistas en profundidad a informantes seleccionados de la esfera bancaria y efectuado grupos de discusión con usuarios escogidos bajo criterios diversos.

³ La competitividad entre entidades bancarias se plasma en otros ámbitos como en la calidad de los servicios,

entidad bancaria en concreto o, incluso, una sucursal en concreto. Gran parte de la praxis bancaria se basa en la venta de productos que retienen a los clientes durante largo tiempo como hipotecas o seguros de vida y jubilación. De este modo, ante la universalidad de la situación “todos son iguales” y los inconvenientes de cambiar la totalidad de lo domiciliado y contratado a nuevas cuentas, los usuarios prefieren permanecer en las mismas entidades bancarias sin contemplar posibilidad alguna de elección, manteniendo una actitud de *resignación* ante su suerte.

En estas condiciones cabría plantearnos hasta qué punto podemos aplicar el concepto de *confianza* en la relación cliente-bancos. Según Luhmann (1988), la *confianza* es una solución decisional a problemas específicos de *riesgo* y conlleva la existencia de posibles alternativas entre las que elegir de manera prerrelexiva y no meramente calculada. Para este autor, la modernidad ha reservado la *confianza* al espacio de las relaciones interpersonales mientras que en las relaciones con las instituciones -no con los expertos, las personas- sólo cabe hablar de *fiabilidad* y *certidumbre*. La *certidumbre* denota la relación que el sujeto mantiene con una realidad estabilizada de manera que pragmáticamente elude cualquier consideración de alternativas en relación con ella: «*La distinción entre certidumbre y confianza depende, en consecuencia, de la percepción y de la atribución. Si no consideras alternativas (cada mañana sales de casa sin llevar una pistola), te encuentras en una situación de certidumbre. Si eliges una acción prefiriéndola a otras a pesar de la posibilidad de ser decepcionado por la acción de los otros, entonces defines la situación como una situación de confianza. En el caso de la certidumbre reaccionarás a la decepción por atribución externa. En el caso de la confianza tendrás que considerar una atribución interna y eventualmente lamentar tu decisión fiduciaria*» (Luhmann, 1979:98).

No obstante, en el contexto bancario observamos una relación entre banco y cliente diferente, mediatizada por un contrato, convenida entre ambas partes. Por consiguiente, la aplicación de la *confianza-riesgo* adquiere reciprocidad en una doble dirección: del cliente hacia el banco pero también del banco hacia el cliente. En tales circunstancias resulta más adecuado utilizar el concepto de *cooperación* propuesto por D. Gambetta: «*Cooperación se entiende como el acuerdo que, en un sentido amplio, realizan agentes, como los individuos, las empresas, los gobiernos, en relación a cualquier conjunto de reglas. Un contrato que a continuación debe ser observado en el curso de la interacción...*» (Gambetta, 1988b:213). Realmente, lo que se establece entre los sujetos y las instituciones bancarias es una relación de *cooperación* donde ambas partes procuran obtener beneficios. Se trata, por tanto, de un vínculo basado en la satisfacción de *intereses* mutuos, racionalizado, convenido, construido sobre unas *reglas* claramente definidas -a qué acciones se compromete uno y otro- incluso, en este caso, con la previsión de acciones ante el incumplimiento de dichas reglas.

Mientras que la *confianza*, aún reconociendo varias alternativas, opera al margen de cualquier cálculo de probabilidades -o bien, tal cálculo aparece cuando la *confianza* se quiebra-, la *cooperación* se caracteriza por un explícito cálculo de *riesgos* y el continuo seguimiento de la relación, es decir, la *sospecha*. La *confianza* es un hecho subjetivo e intencional, no una probabilidad. En sistemas expertos como las entidades bancarias, en cambio, esa

oferta de regalos, el buen trato, mayores facilidades, y se canalizan mediante la publicidad y la mercadotecnia.

⁴ En ocasiones se distingue entre bancos y cajas de ahorro, valorando más positivamente la labor social y familiaridad de las cajas respecto a los bancos, algo que estos últimos intentan cambiar exhibiendo una imagen de preocupación por la sociedad, el deporte, la cultura, el avance científico... mediante ayudas económicas, financiaciones, subvenciones...

⁵ Una «reducción» que, como he sugerido antes, no implica a su vez la reducción de la competitividad entre entidades, más bien al contrario. La estandarización del precio del dinero somete al sistema a la constante búsqueda

supuesta *confianza* se torna en probabilidad objetivada y operacional a modo de coeficiente aritmético.

En efecto, la lógica contractualista se mueve sobre la maximización de los intereses particulares, lo cual supone que las decisiones serán previamente calculadas (qué ocurriría si acepto tal compromiso, cuánto beneficio obtengo, en qué medida me arriesgo, etc.). Ya hemos visto algunas cuestiones que los usuarios tratan conseguir de los bancos y su percepción, en tono de queja, sobre la falta de opciones o, dicho de otra manera, la reducción de probabilidades que el comercio del dinero impone⁵. Pero, como decía, en la *cooperación* el vínculo tiene un doble tratamiento; ¿y en el otro lado?, ¿y las entidades bancarias?

Los sistemas bancarios se autoconciben como el lado «arriesgado» de la relación clientes-bancos puesto que gran parte de la praxis bancaria se fundamenta en la concesión de financiación, o sea, en la acción de prestar dinero y «ponerlo en movimiento». Las operaciones crediticias constituyen una interesante muestra de *cooperación-sospecha*: la relación entre el cliente -ya sea particular o empresa- y el banco es contractual, negociada, calculada, sobre la base de los intereses de ambas partes y explicitando obligaciones y deberes recíprocos.

En toda concesión de crédito, las entidades bancarias asumen *riesgos*. A diferencia de otros sistemas expertos, el *riesgo* forma parte constituyente del sistema bancario: el conocimiento experto en este sistema tiene como uno de los objetivos prioritarios el dominio de las «operaciones de *riesgo*», hasta el extremo de que todas las entidades bancarias suelen disponer de un centro o departamento de *análisis de riesgo*. En la trayectoria histórica de los sistemas financieros se observa cómo estos han tendido hacia el control de *riesgos* mediante su racionalización y tipificación matemática: reduciendo el *riesgo* mediante su cálculo. Los departamentos de *riesgos* poseen normas estandarizadas de medición, trabajan explícitamente en la fijación de criterios y en la evaluación preductiva. La decisión de conceder un crédito se toma tras analizar si cada caso concreto se incluye dentro de los umbrales tolerados de *riesgo* que la misma entidad establece. En la mayoría de las ocasiones se acepta sin más el resultado del análisis probabilístico de *riesgo* que, en la actualidad, se mide informáticamente. Es decir, un programa informático suele decidir la concesión de créditos, aunque sea posteriormente ratificado por el personal experto. El mismo sistema confiere la despersonalización del acto decisional al no tener en cuenta al sujeto peticionario como «*persona totab*», con sus circunstancias y propósitos, y reducirlo a las variables incluidas en el programa informático. Así pues, situaciones de *cooperación* como ésta se caracterizan por la *rutinización* del comportamiento especializado y porque el sujeto es funcionalmente sustituible e irrelevante.

En lo que a operaciones crediticias se refiere, la *confianza/riesgo* adquiere connotaciones propias de un producto de mercado cuya medida está sujeta a variaciones según sean las condiciones negociadas, los criterios que marca la política económica global y la situación de los movimientos de oferta y demanda. Las entidades bancarias ponen precio y negocian con el *riesgo* que asumen y los clientes negocian con los criterios-pruebas de *confianza* que poseen. Se genera un proceso de mercantilización mutua donde ambas partes especulan, en cada caso, con el *riesgo* y la *confianza* como capital evaluable. De hecho, la aceptabilidad

de nuevos métodos de captación de clientes y, por tanto, a desarrollar más el conocimiento experto.

⁵La duración de las relaciones cooperativas varían según las características de los contratos; pueden establecerse desde intervalos cortos de tiempo a casi toda la vida (como los planes de pensiones o seguros de vida). Pero tienen en común que siempre debe especificarse previamente su duración y las condiciones, y que la vinculación

del *riesgo* en las peticiones crediticias se basa en la aportación de criterios-pruebas sobre las que se evalúa la *confianza*: ser una empresa con solvencia, tener la garantía de una nómina, poseer propiedades inmobiliarias, disponer de avales, e incluso características personales tales como la edad, los divorcios o tener separación de bienes... Todo este conjunto de datos configuran el *perfil de riesgo* del cliente, a la vez que proporcionan su *crédito de confianza*. En la valoración de las conductas arriesgadas-confiables, las enunciaciones de los criterios pueden llegar a ser amplias y muy difusas, de ahí que resulte crucial la concreción de éstas, su objetivización, y evitar la subjetividad teniendo en cuenta la posible introducción de variables atributivas y perceptivas, así como las reglas culturales que sitúan a determinados sujetos en “grupos de *riesgo*”.

Una vez tomada la decisión, tanto por la entidad bancaria como por el usuario, de acordar una operación crediticia, se firma el *contrato* donde se especifican las *reglas* a seguir por ambas partes. Es entonces cuando realmente se pone en juego la *confianza* y el *riesgo* y, con ello, cuando se perfila la relación de *cooperación*. Cada cual vigilará que el otro actúe según las *reglas* convenidas durante el tiempo que dure el pacto, por consiguiente, la *cooperación* siempre implica además *sospecha*. Si la *confianza* es *prereflexiva*, la *cooperación-sospecha*, en cambio, opera mediante una *reflexividad* racional que trasciende el acto decisonal, hasta finalizar el compromiso tratado⁶, tomando como *signos* un conjunto acotado de conductas observables. Más que simbólica, la *cooperación* es *signica*. Lo que importa son las conductas según las reglas de intercambio cooperativo y no la pretensión intencional. La *provisionalidad* -la continuidad de la *cooperación* depende de su cumplimiento- se concibe como una garantía de eficacia de la vinculación en lo que afecta a la satisfacción de intereses recíprocos, y su enunciación expresa proporciona la posibilidad de control.

Las entidades bancarias realizan un seguimiento continuo de sus clientes crediticios, incluso parte de su conocimiento experto se dedica a la especialización en mecanismos de observancia que sean efectivos. Pero también los usuarios vigilan sus cuentas y la acción de los bancos. Este escrutinio constante en ambas direcciones -aunque más incisivo desde el banco al cliente en las operaciones crediticias- provoca las mayores tensiones del proceso interaccional y frecuentes motivos de quejas de los usuarios pues se ven a sí mismo en un plano de desigualdad frente al sistema experto: mientras que las entidades bancarias poseen sofisticados recursos comunicacionales y medios legales para controlar y requerir el compromiso del cliente cuando sospechan o advierten su incumplimiento, en la circunstancia contraria, cuando la entidad bancaria falla u ofrece un servicio deficitario, los usuarios disponen de menores conocimientos, un acceso limitado a la información y mayores dificultades para reclamar.

Los sistemas expertos ejercen el doble juego de la *cooperación-sospecha*. Por un lado, tienden a subrayar la condición especializada de los saberes técnicos como se demuestra por la utilización del lenguaje experto, lo que pone al usuario inexperto en desventaja. Convierten la *cooperación* en *certidumbre* (provocan que el sujeto se halle sin alternativas y les crea el imperativo de necesitar el sistema). Por otro lado, ofrecen una imagen *cercana* a los usuarios, traducida al saber lego, y le otorgan la apariencia de elector o agente decisonal

se mantendrá -y, por tanto la sospecha- hasta ese momento.

⁷ Algo semejante a lo que para Augé (1997) son los «no lugares».

⁸ Aunque pueden haber filtraciones, situaciones en las que se permite la entrada a sujetos no expertos y el acceso privilegiado a los espacios interiores de determinados clientes.

siempre controlada por la institución (es él quien, supuestamente, tiene plena facultad de decisión). Los sistemas bancarios utilizan esta doble estrategia según requiera la situación interaccional como mecanismo de control y atracción de clientes.

Ante esto, los usuarios tienden a personalizar su vinculación con las entidades bancarias para intentar asimismo controlarla. En este caso, convierten la *cooperación* en *confianza* (traducen su relación con el sistema, a través de los empleados-expertos que lo representa, en términos de interacción más conocidos y familiares para ellos). Los usuarios procuran una *confianza interpersonal*, lo que Gambetta acertadamente denomina una «*confianza densa*» (Gambetta, 1988b:234). Pero esta aparente *confianza*, por mucho que se densifique, se restringe a los márgenes del sistema, se aplica exclusivamente al espacio bancario y, en definitiva, está siempre respaldada por un contrato, de ahí su debilidad. Además, las mismas entidades bancarias -como veremos- funcionan limitando la personalización de la *confianza*.

Vista la fragilidad de la *confianza* que se establece en estas condiciones, he defendido la aplicación conceptual de *cooperación* para sistemas expertos de estas características.

PUNTOS DE ACCESO. LA CARA DE LA INSTITUCIÓN

Es más que evidente la omnipresencia del sistema bancario en nuestra sociedad actual. Como *sistemas abstractos*, las entidades bancarias componen una configuración estructurada reticularmente donde las distintas partes o *nudos* de la red (oficina principal, sucursales, departamentos especiales, telebancos o cajeros automáticos, etc.) se hallan conectados, con una elaborada organización de competencias, una coordinación precisa y racionalizada de sus componentes, basada en una elevada especialización de las tareas, el manejo de tecnologías complejas, el uso de medios de comunicación e intercambio a larga distancia que desterritorializan el espacio y universalizan el tiempo.

Ante tal abstracción, el sistema se proyecta, fundamentalmente y entre otras formas, en las múltiples oficinas bancarias desperdigadas por el paisaje urbano. En ellas los usuarios pueden entrar en contacto directo con el sistema bancario; son, en palabras de Giddens, *puntos de acceso*⁷. Se trata de *puntos* precisamente por el carácter *puntual* de los *encuentros* que en ellos se producen (Goffman, 1970). Los *encuentros* con los sistemas abstractos son efímeros y funcionales, pero deben de algún modo estar localizados en lugares físicos o, más bien, en ubicaciones, ya que pese a su naturaleza abstracta, la localización es necesaria para la operatividad del sistema experto y las instituciones.

Las oficinas bancarias constituyen, pues, espacios públicos pensados para una estancia limitada que han sido objetos de tratamiento a fin de facilitar que en ellos se desarrolle la interacción entre empleados y clientes, tremendamente funcionales, y artificioosamente contruidos para hacer reconocible la entidad bancaria de pertenencia. Las oficinas bancarias ejercen como *escaparate* o *pantalla* institucional donde se da la producción y destrucción de la *confianza* en el sistema y donde, además, se sitúan las personas o grupos «responsables» y «representantes» de éste, son la *cara de la institución*.

Ante la fuerte competencia, las entidades bancarias desarrollan distintas estrategias para la captación de clientes, entre otras, ofrecer una *imagen* atractiva de la entidad. La *imagen* se construye por expertos especializados, está muy estudiada y constantemente sometida a comprobaciones y cambios acordes con las nuevas tendencias de la mercadotecnia y el marketing. Su difusión se trabaja a niveles múltiples utilizando los medios de comunicación de masas y convirtiendo cada *punto de acceso* en una *pantalla de proyección* de la entidad:

emblemas, logotipos, la singularización de la decoración, el mobiliario, el equipamiento técnico, los servicios, obsequios, e incluso la apariencia y actividad del personal conforman la *imagen* mediante la cual las entidades bancarias se identifican y son identificadas. Desde este punto de vista, la *imagen* también se consume, se vende e, indirectamente, se compra.

Además de *crear imagen*, las *escenografías* de las oficinas bancarias se plantean de manera que sean funcionales; deben servir para facilitar la actividad laboral y la interacción entre empleados y clientes, y, lo que es más importante, deben garantizar la preservación del sistema en toda su abstracción. Los *puntos de acceso* a los *sistemas expertos* nunca son totales, siempre están controlados mediante márgenes y barreras que limitan la penetración de agentes externos. Consiste en una medida de control y protección que, entre otras cuestiones, tapa la falibilidad e imperfección de los «responsables». Sobre este aspecto se aprecian algunos cambios en la trayectoria histórica de los sistemas bancarios. Antes existía mayor separación entre espacio exterior público y espacio interior reservado a los empleados, además las barreras eran más tajantes con ventanillas y mostradores, la actividad de los expertos era menos visible -lo que suscitaba mayores *sospechas*-, y se mantenía mayor distanciamiento en el trato entre expertos y usuarios.

Actualmente se defiende la conveniencia de ampliar el margen de visibilidad de los usuarios, dentro de unos límites y bajo control. Así éstos pueden comprobar la transparencia de los procedimientos en sus operaciones bancarias, asegurar la honestidad de los responsables, lograr un aprendizaje básico del dominio bancario mediante la observación y la experiencia, y sentirse intervinientes de la propia acción bancaria. Las entidades bancarias han optado por mostrar una *imagen* aparentemente accesible y familiar a los usuarios: con espacios abiertos y pocos compartimentos o despachos; sin mostradores, incluso, a veces, sin ventanillas ni siquiera en caja; con zonas de espera provistas de cómodos sillones, mesas, ceniceros, papeleras, expositores informativos con revistas y folletos, atriles para impresos y escritorios, etc.; decoración funcional con mobiliario modular fácilmente cambiable según las necesidades; distribución sónica del espacio con indicadores, cartelería, marcas, etc.

Pero a pesar de esta premeditada transparencia, los *sistemas expertos* no pueden prescindir de zonas opacas, en ocasiones escondidas o disimuladas tras *puertas falsas*, de tal modo que en las oficinas bancarias se puede aplicar la distinción gofferiana entre *escenario* y *bastidor* o *bambalinas* (Goffman, 1970). Los *escenarios* son las amplias áreas expuestas y utilizadas por el público, el espacio de representación e interacción. Las *bambalinas* son las zonas ocultas, reservadas y habitadas por los expertos⁸. Tras lo que se muestra está lo que se oculta como la caja-el dinero⁹, mecanismos de seguridad, los archivos, los reversos de los telebancos (cajeros automáticos), la trastienda, almacén, servicios, algunos utensilios y aparatos así como la actividad relacionada con ellos. La informatización ha provocado una creciente simplificación del material necesario, por ejemplo, la información y documentación que antes se acumulaba en los archivos, se guardan ahora en el espacio cibernético. Este espacio «virtual» podemos considerarlo asimismo *bambalina*, restringido a los expertos quienes, además, sólo pueden acceder mediante un código clave.

Sin embargo, no siempre la ocultación responde a una medida de protección del sistema. Algunas actuaciones y temas tratados en las oficinas bancarias requieren el resguardo de la confidencialidad del cliente y, por tanto, zonas diseñadas para este fin. Aparte de los despachos, verdaderas fronteras entre espacio interior y exterior, se utilizan mamparas y

⁹No siempre el dinero es objeto de ocultación, a veces ocurre todo lo contrario. En el interface cliente y operativo

señales de separación que indican la conveniencia de mantener cierto distanciamiento. Pero, la mayoría de las veces, son los mismos clientes los que han incorporado en su *cultura de usuario* medidas de seguridad, autoprotección y respeto a la privacidad ajena (discreción en las miradas y distancias sobre todo en el manejo del dinero y al rellenar los impresos, observación de las personas que ocasionalmente se encuentran, pequeños gestos de disimulo al guardar el dinero, por ejemplo). Como vemos, en los *escenarios* pueden llegar a ser compatibles el carácter público con actitudes de ocultación.

Ya decía que los *puntos de acceso* son lugar de interacción en distintos sentidos (entre usuarios y expertos, entre los mismos expertos, entre los mismos usuarios). Aunque su peculiaridad estriba, precisamente, en ser lugares que permiten el *encuentro* entre los usuarios y el sistema a través de sus expertos. Esta premisa fundamenta cualquier tipo de interacción tanto entre los mismos expertos, dentro de su ejercicio laboral, como la que ocasionalmente y de manera secundaria se establece entre los usuarios que allí se encuentran -todos están por el mismo motivo, *acceder* al sistema-.

Cualquier modo de *encuentro* se realiza sobre el soporte de la bidimensión espacio-tiempo. Los sistemas bancarios han trabajado, igualmente, en la construcción experta de los espacios y los tiempos de sus *puntos de acceso*. La conjunción espacio-tiempo en las oficinas bancarias es objeto de racionalización y limitación, en este sentido los *encuentros* también son *puntuales*¹⁰. El acceso ocurre en un espacio y tiempo delimitado, en combinación con la delimitación de los servicios que se prestan, incluso con la elección del experto que interviene. El espacio de las oficinas bancarias y el número de empleados determina la cantidad del público asistido con eficiencia y la duración de la intervención. El trato deficiente y la tardanza son el resultado de condiciones de saturación en los *puntos de acceso*, bien por circunstancias imprevistas y ocasionales o bien por un fallo del *sistema experto* en la previsión del necesario equilibrio entre personal, espacio y tiempo. Muchas de las quejas de los clientes hacen referencia a este hecho.

En el sistema bancario, el tiempo adquiere una excepcional importancia. Existe un tiempo ordinario, cotidiano y un *tiempo bancario*. Hay que tener en cuenta que, para las entidades bancarias, el tiempo se traduce en dinero.

Por un lado, la abstracción del sistema genera una visión *atemporal*, a su vez intensificada por la *imagen* de eficacia que las instituciones pretenden mostrar a los usuarios (el banco funciona en todo tiempo). La disponibilidad en cualquier momento del dinero dejado en depósito, más aún, del que todavía no tenemos, mediante el pago por las tarjetas o talones y la posibilidad de realizar operaciones bancarias al instante a través de telebancos o «cajeros automáticos», telefonía e internet dan la impresión de un sistema «abierto» las veinticuatro horas. En la modernidad, el tiempo se ha cargado de valor de mercado, lo que suscita el reclamo generalizado de la *prontitud* en contraposición a la «perdida de tiempo». Ante la demanda de una actuación rápida, las entidades bancarias han ingeniado algunas estrategias para reforzar la *prontitud* en la intervención. Una de ellas es el incremento en la ubicuidad de los *puntos de acceso*, creando nuevas opciones respaldadas

de caja, el dinero siempre debe estar a la vista, sobre todo durante su recuento. Esto constituye un imperativo de seguridad para evitar posteriores reclamaciones.

¹⁰ Confirmando de nuevo el carácter puntual de los puntos de acceso aplicado en el contexto bancario.

¹¹ De hecho, éstas llegan a identificarse con el lugar hasta el punto que se las reconoce, por metonimia, con el nombre de una calle, un barrio, un municipio...

por los recientes avances tecnológicos. Como sabemos, el acceso al sistema ya no sólo se produce de manera localizada y personalizada en las sucursales bancarias, la informática y telefonía han proporcionado otros medios no presenciales. Pero además, el crecimiento de la actividad comercial -en detrimento de la actividad administrativa desarrollada en las oficinas y reducida por la informatización- ha hecho que los propios empleados y expertos se desplacen a los lugares de residencia y trabajo de los ya clientes o potenciales clientes. Podría decirse, entonces, que los *puntos de acceso* se desplazan con los empleados y expertos o que ellos mismos los portan. Otra de las estrategias para reforzar la *prontitud* consiste en promover la proximidad de los *puntos de acceso* a los usuarios desterritorializando el sistema, ramificando los nudos de la red con, por ejemplo, el aumento del sucursales.

Por otro lado, el acceso al sistema se limita temporalmente en las oficinas bancarias con el inicio y fin de la actividad laboral de sus empleados, la apertura y el cierre al público, las franjas horarias para realizar determinadas operaciones (como, por ejemplo, pagos de recibos), el cierre de caja, etc. El tiempo forma parte integrante del sistema bancario, la praxis bancaria se estructura en el tiempo. Cualquier acción se mide por criterios de temporalidad: tiempo de depósito para cobrar o pagar intereses, plazos de la hipoteca, vencimientos de créditos, tiempo en que se hace efectivo el cargo, etc. La visión *atemporal* (el banco funciona en todo tiempo) se entiende mejor no desde la ausencia de tiempo sino desde la *multiplicación de tiempos y su abstracción*.

En cuanto al espacio, asimismo la *multiplicación de los puntos de acceso* evidencia la ubicuidad del sistema e incide en su *abstracción*. El sistema bancario, en general, y sus encarnaciones en cada entidad bancaria, en particular, componen macroestructuras desplegadas en el espacio a modo de redes con nudos interconectados donde algunos representan núcleos o sedes principales que se extienden hacia otros centros secundarios o sucursales a su vez ligados a departamentos de especialización. Las extremidades de esta macroestructura se han alargado cada vez más ramificándose en nuevos puntos, terminales informáticas y oficinas bancarias. Las conexiones y comunicación entre cada punto se articulan mediante innovadoras técnicas multimedia. Con este complejo soporte organizativo, el correcto funcionamiento del sistema revierte en todas sus partes y cualquier acción localizada en uno de los *puntos de acceso* afecta al resto. Se ha desterritorializado el espacio bancario y creado «no-lugares» (Augé).

Frente a la complejidad de esta estructuración, las entidades bancarias utilizan la estrategia del *acercamiento* a los usuarios. Con ello tratan de ampliar la captación de clientes, combatiendo la fuerte competencia entre entidades, y ofreciendo -como antes señalaba- una *imagen* accesible y próxima. Las oficinas bancarias se ubican en calles, barrios y municipios formando parte del entorno cotidiano de los clientes¹¹, aunque a veces sólo sean simples terminales con escasos recursos y personal. El sistema abstracto toma apariencia *familiar* revestido de la condición de «vecinos».

Esta reorientación se impone, cargada de tensiones y ambivalencia, por la *reflexividad* de las instituciones tecnoburocráticas propias de la modernidad. Las entidades bancarias intentan reintroducir al sujeto en un sistema que, sin embargo, se articula sobre una lógica eminentemente contractualista e instrumental, juegan continuamente entre la des-

¹²No olvidemos el valor de mercado que en el contexto bancario ha llegado a alcanzar el trato. Como apuntaba, ante la unificación de precios, lo que se oferta es el trato amable y el buen servicio.

personalización y la re-personalización.

Por una parte, las instituciones bancarias toman a los usuarios no como sujetos totales sino fragmentados o parciales, o sea, se produce una reducción del sujeto humano a «caso» o número de cuenta. Los encuentros entre empleados y clientes, aun siendo interpersonales, en principio no generan vinculación, no ligan ni comprometen a una relación de futuro con exigencia de constancia, de fidelidad, etc. La interacción se rige por criterios de «profesionalidad» y las pautas estipuladas en un contrato. Se aplican técnicas de despersonalización de las relaciones entre empleados y clientes como el uso de las nuevas tecnologías (acceso al sistema través de software interactivos y telebanos), la ostentación del conocimiento y lenguaje experto, o el continuo cambio de destino del personal empleado que impone la renovación de la relación partiendo siempre desde la posición de «extraños» y la obligación contractual.

Por otra parte, cuando la situación conviene, se procede reincluyendo al sujeto mediante métodos y códigos de re-personalización: intervención directa de los agentes expertos, comunicación y publicidad personalizada, utilización de técnicas como el rol-playing con los clientes como recurso comprensivo, explicar lo que no se entiende traduciendo el lenguaje experto, escuchar problemas personales, etc. En muchos casos -no siempre, claro está-, los expertos personalizan su interacción con los clientes mediante estas y otras estrategias como parte de sus competencias laborales, más aún, ante la diversidad de posibles usuarios reciben formación para presentar modos personalizados de *trato*¹². Consiste, por tanto, en una interacción dirigida, una puesta en escena en el marco de un *escenario* -retomamos la categoría de *escenarios* propuesta para los *puntos de acceso*-.

Pero también los mismos clientes utilizan *estrategias relacionales* en beneficio propio, para favorecer sus intereses, asegurar la calidad en el servicio, o incluso un *trato* preferente. En este otro lado también encontramos grandes contrastes. Por una parte, los usuarios invocan el principio de igualdad y universalidad, reclaman el derecho a recibir el mismo *trato* y denuncian los *procesos de etiquetado* del público basados en las diferencias por lo económico. Una idea repetida por los informantes es la percepción de un supuesto desfase en el *trato* entre los que “tienen dinero” y los que no. Por otra parte, los usuarios tienden a personalizar su relación con los expertos y a primar sus intereses desde la indiferencia respecto a los demás, es decir, callan ante un *trato* desigual que le sea beneficioso -puesto que somos personas diferentes, toda personalización encierra el *riesgo* de incluir ciertas dosis de desigualdad-.

Los usuarios buscan convertir su relación de *cooperación* con los bancos en *confianza interpersonal* a través de sus agentes, entre otras razones porque fuera de la abstracción del sistema experto es el tipo de relación que manejan mejor. Además en muchos asuntos de la vida privada está presente el dinero o la necesidad de éste, de manera que el cliente hace participe a aquel empleado de «su *confianza*» de sus proyectos y problemas personales y familiares, cuentan con su identificación y complicidad. Con una relación excesivamente personalizada, los empleados corren el peligro de replegar la indiferencia profesional, de identificarse demasiado, de confiar más allá del límite aceptable. Entonces es *cuando la confianza personal se transforma en riesgo*. Esto supone un verdadero problema para los intereses y el funcionamiento del sistema, sobre todo en la concesión de créditos, de ahí su estandarización e informatización, las citadas estrategias de despersonalización y la continua insistencia en definir las relaciones entre expertos y usuarios como vinculaciones de *cooperación* para evitar la inferencia personal en lo profesional.

La etnografía de los *puntos de acceso* en el contexto bancario nos sugiere la necesidad de comprender los procesos de *confianza* y *riesgo* desde dichos *puntos* para lograr captar las tensiones y ambivalencias que se producen. No podemos cometer el error de reducir estos conceptos a una interpretación simplista. Ya hemos visto la multiplicidad de connotaciones que el asunto revela -en este texto, al ser un resumen, algunas cuestiones sólo se dejan entrever-. La etnografía parece indicarnos que lo apropiado sería tomar la categoría de *confianza* tal y como se usa en relaciones con los sistemas abstractos, tal y como se muestra en los contextos de los *puntos de acceso*, es decir, como una *metáfora* desplazada desde el campo de la subjetividad para indicar ciertas condiciones en las que el *riesgo* calculado deriva en *cooperación*.

BIBLIOGRAFÍA

- AUGÉ, M. (1997): *Los no-lugares*, Barcelona, Gedisa.
- BECK, U. (1992): [1986]: *Risk society. Towards a new modernity*, Londres, Sage.
- BECK, U.; GIDDENS, A. y LASH, S. (1997): *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*, Madrid, Alianza.
- GAMBETTA, D. (ed.) (1988a): *Trust. Marking and breaking cooperative relations*, Oxford, Blackwell.
- GAMBETTA, D. (1988b): «Can we trust trust?», en D. Gambetta (ed.), *Trust. Marking and breaking cooperative relations*, Oxford, Blackwell, pp. 213-237.
- GIDDENS, A. (1994) [1990]: *Consecuencias de la Modernidad*, Madrid, Alianza.
- GOFFMAN, E. (1970): *Ritual de interacción* Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
- GOFFMAN, E. (1979): *Relaciones en público: microestructura del orden social*, Madrid, Alianza.
- LUHMANN, N. (1979): «Trust. A mechanism for the reduction of social complexity», en *Trust and power*, Londres, John Wiley, pp. 1-103.
- LUHMANN, N. (1988): «Familiarity, confidence, trust: problems and alternatives», en D. Gambetta (ed.), *Trust. Marking and breaking cooperative relations*, Oxford, Blackwell, pp. 94-107.
- SIMMEL, G. (1977): *Filosofía del dinero*, Madrid, Instituto de Estudios Políticos.

