

# Negociar el acceso en campos clausurados: posicionalidad y teoría del posicionamiento en la investigación etnográfica con élites financieras

## *Negotiating Access in Closed Fields: Positionality and Positioning Theory in Ethnographic Research with Financial Elites*

Fecha recepción: marzo 2024 / Fecha aceptación: octubre 2024

DOI: <https://doi.org/10.51188/rrts.num35.838>

ISSN en línea 0719-7721 / Licencia CC BY 4.0.

RUMBOS TS, año XX, N° 35, 2025. pp. 121-151

**rumbos TS**

Ximena Zabala Corradi

Académica, Universidad Gabriela Mistral. Doctora en Antropología y Psicoanálisis por la Universidad Paris Diderot-Paris VII, Código postal: 7500533.

Autora para correspondencia.



[ximena.zabala@ugm.cl](mailto:ximena.zabala@ugm.cl)



<https://orcid.org/0000-0003-0177-6911>

### Resumen

Las etnografías en campos clausurados, especialmente aquellos ligados a élites, presentan desafíos metodológicos debido a las “reacciones inmunes” que dificultan el acceso del investigador. Este artículo propone la noción de posicionalidad performativa como estrategia reflexiva, basada en la teoría del posicionamiento (Davies y Harré, 1990), para analizar y transformar la posición del investigador durante las negociaciones de acceso. La hipótesis que guía este artículo es que la posicionalidad del investigador no es fija ni determinada únicamente por categorías sociológicas (género, clase, etnia), sino que debe comprenderse de manera performativa, es decir, como un efecto de las interacciones discursivas que se producen durante el acceso al campo. A partir del ejemplo de un estudio etnográfico en mesas de dinero del sistema financiero chileno, se muestra cómo los impases iniciales pueden convertirse en oportunidades de producción de conocimiento y en aperturas estratégicas del campo. La propuesta contribuye a ampliar la discusión metodológica sobre la etnografía con élites y el estudio de contextos clausurados.

### Palabras clave

Posicionalidad performativa; reflexividad etnográfica; teoría del posicionamiento; etnografía con élites; clausura de campo; mercados financieros

## Abstract

Ethnographies conducted in closed fields, particularly those linked to elites and centers of power, face significant methodological challenges due to the “immune reactions” that hinder researchers’ access. This article introduces the notion of performative positionality as a reflexive strategy, grounded in positioning theory (Davies & Harré, 1990), to analyze and transform the researcher’s position during access negotiations. The guiding hypothesis is that the researcher’s positionality is neither fixed nor solely predetermined by sociological categories (gender, class, ethnicity), but should instead be understood performatively—that is, as an effect of the discursive interactions that occur during field access. Drawing on an ethnographic study of trading rooms in the Chilean financial system, the article demonstrates how initial impasses can become opportunities for knowledge production and strategic openings of the field. This proposal contributes to expanding the methodological discussion on ethnography with elites and the study of closed contexts.

## Keywords

Performative positionality; ethnographic reflexivity; positioning theory; elite ethnography; field closure; financial markets

Jueves, 8:20 a. m. Llegamos al edificio institucional del Banco X. En el ingreso nos encontramos con un portero que nos detiene. Si bien tenemos la autorización del gerente, no podemos subir; nuestra presencia es anunciada y corroborada por teléfono con la secretaria de la Gerencia de Finanzas, de la cual depende la mesa de dinero del Banco X. Para ingresar, primero deben registrarnos. Retienen nuestro carné de identidad y nos entregan una tarjeta de visita. Con ella podemos activar el torniquete para poder pasar.

Una vez dentro, encontramos los ascensores. Para subir, no basta con llamarlos; es preciso marcar el piso. Dentro de ellos no es posible cambiar el itinerario: el ascensor solo irá al piso previamente marcado antes de subir. Llegamos a la gerencia. Hay una mampara que solo es posible abrir con la tarjeta adecuada; debemos tocar un intercomunicador que nos contacta con la secretaria, quien nuevamente corrobora nuestro nombre. Pasamos a una sala de espera. Acto seguido, la secretaria nos avisa que podemos acceder a la mesa de dinero.

Al entrar en ella, es posible observar un amplio espacio que alberga un conjunto de personas trabajando, algunas sentadas en sus escritorios, otras de pie, conversando en un clima dinámico, de agitación, de concentración, pero al mismo tiempo de bromas y gritos. Los escritorios no tienen separaciones físicas y se encuentran dispuestos unos al lado de otros y frente a otros. Cada persona dispone en su escritorio de diversas pantallas —cinco o seis— que explora constantemente mientras ingresa datos en el teclado, contesta una llamada telefónica o responde a una voz que emerge por un interfono en altavoz.

La composición de este espacio de trabajo es relativamente joven, entre 25 y 35 años, y mayoritariamente masculina, especialmente en el sector que congrega a los *traders*, quienes se encargan de negociar, comprar y vender los productos financieros en los mercados informatizados o a través de la intermediación de *brokers* en línea. En el otro polo dentro de la mesa de dinero, encargándose de gestionar

los portafolios de los clientes institucionales, mayoristas y minoristas del Banco X, se encuentran los *sales* (vendedores), cuya composición es preferentemente femenina.

## **Etnografías en campos clausurados: el lugar de la negociación y la posicionalidad del investigador durante el acceso**

Esta nota de campo corresponde a una etnografía que realizamos en mercados financieros entre los años 2018 y 2019, específicamente en mesas de dinero del sector bancario chileno\*. Realizamos observaciones en el Banco X durante las jornadas laborales, una vez por semana a lo largo de ocho meses, y múltiples entrevistas a gerentes, jefes de equipos, traders, sales y agentes externos a las mesas de dinero, como jefes de otras reparticiones de los mismos bancos relacionados con los procesos de reclutamiento y selección de personas, así como traders y *sales* de otros bancos, y también brokers.

Siguiendo el interés por la realización de etnografías en mundos contemporáneos (Augé, 1995; Marcus, 2001), nos interesaba conocer las prácticas que están agenciando aquellos grupos que se ubican no solo en posiciones altas de la estratificación laboral, sino que ocupan posiciones estratégicas dentro del sistema económico. En efecto, los mercados financieros se han constituido como el principal mecanismo de crédito, movilización de ahorros, inversión, obtención de información y administración de riesgos de los Estados, las grandes empresas y también las personas (Plihon et al., 2006), constituyéndose como uno de los ámbitos decisionales de la economía, que impactan la economía productiva, provocando lo que algunos autores han denominado financiarización de la economía (Aglietta y Rebérioux, 2004; Batsch, 2002; Chesnais, 2001; Fligstein, 2001; Orléan, 1999; Plihon, 2000).

A pesar de su protagonismo, los mercados financieros solo comenzaron a ser estudiados desde una perspectiva en ciencias sociales, distinta a los estudios en economía, recién desde mediados de los años 90, con los trabajos precursores de Abolafia (2001), Callon (1998), Fligstein (1996) y Knorr-Cetina y Bruegger (2002). A partir de los 2000, se constituye el campo de los Estudios Sociales de las Finanzas (*Social Studies of Finance*, SSF) con etnografías realizadas fundamentalmente en EE. UU., Inglaterra o Francia (Blair-Loy y Wharton, 2004; Czarniawska, 2005; Fisher, 2003; Godechot, 2001; Hassoun, 2006; Ho, 2009; Ortiz, 2020; Preda, 2009; Zaloom, 2006), las cuales empezaron a estudiar las estructuras sociales, las relaciones de poder, las prácticas institucionales y culturales y los procesos de construcción identitaria predominantes en los mercados financieros y sus industrias (Abolafia, 2001).

Posteriormente, desde una perspectiva pragmática, los estudios de ciencia y tecnología (CTS) comenzaron a prestar especial atención al papel del conocimiento experto y las tecnologías en las actividades financieras (Beunza y Stark, 2003; Fourcade, 2007; Keane, 2003; MacKenzie, 2016; Maurer, 2006; Miller y O'Leary, 2007; Miller y Rose, 1990; Muniesa, 2007; Stark, 2013). En Chile, los

Estudios Sociales de las Finanzas reúnen un pequeño grupo de investigaciones y siguen siendo un campo incipiente de estudio (Hernández, 2018, 2021; Hernández y Espinosa, 2017; Espinosa-Cristia y Alarcón, 2017; Zabala, 2009, 2018, 2021).

A pesar de estos desarrollos, los estudios etnográficos que analizan los mercados financieros constituyen un campo acotado. Tal como lo señalan Holmes y Marcus, “los etnógrafos formados en la tradición de la antropología no abordan el estudio de instituciones formales como bancos, burocracias, corporaciones y agencias estatales con mucha confianza” (Holmes y Marcus, 2005, p. 236). Son pocas las etnografías que analizan las prácticas de socialización, las normas, valores e intereses compartidos que caracterizan y cohesionan como grupo a quienes ocupan posiciones estratégicas en nuestras sociedades (Shore, 2002).

Algunos autores sostienen que hay un sesgo en las etnografías (Chancer, 2020), vale decir, una tendencia mayoritaria a estudiar grupos que podrían considerarse marginalizados, vulnerables o exóticos respecto de la cultura del etnógrafo, en vez de etnografiar grupos con poder o de ámbitos decisionales de la propia cultura de quienes investigan (Marcus, 1986; Savage y Williams, 2008; Shore, 2002). Ahora bien, esta tendencia ha comenzado a revertirse en el ámbito de los estudios etnográficos en sociología debido al empeoramiento de las desigualdades a nivel mundial posterior a la crisis *subprime* en 2008 (Cousin y Chauvin, 2021; Chancer, 2020; Henriksen y Seabrooke, 2021).

Realizar etnografías en ámbitos decisionales o con grupos aventajados representa importantes desafíos metodológicos para el investigador. Estudiar “a los de arriba”, según la expresión de Laura Nader (1972), desafía los supuestos tácitos de la etnografía clásica; al menos, conlleva la necesidad de revisarlos, proporcionándole una forma alternativa al modelo malinowskiano de plena inmersión que pretende describir la totalidad cultural de un conjunto social. No solo las observaciones son selectivas, de acuerdo con el control activo que los sujetos a investigar imprimen sobre los espacios —volviendo algunos permitidos y otros prohibidos—, sino que el acceso mismo al campo constituye uno de los mayores desafíos para el desarrollo de la investigación.

Tal como lo muestra el fragmento de la nota de campo, la materialidad del espacio físico nos señala desde un inicio que las mesas de dinero de los bancos son espacios protegidos y fuertemente controlados. Pero la clausura también aparece en las primeras entrevistas, en las cuales los agentes advierten que este es un ámbito con códigos especiales, con un lenguaje y un trato diferente a los códigos del mundo económico productivo y del mundo general.

Estas dificultades de acceso pueden ser analizadas inicialmente desde al menos dos ángulos:

1. Por una parte, es sabido, desde los estudios que realizan etnografías en contextos organizacionales, que las organizaciones “tienen a su disposición una amplia gama de prácticas para mantener a distancia a terceros curiosos, generar información sobre ellos mismos, influir en ella y controlar su utilización... rara vez dejan de establecer obstáculos al acceso” (Wolff,

2004, p. 197). Si bien el trabajo investigativo usualmente genera “reacciones inmunes” (Flick, 2015, p. 58) del campo, a través de estrategias informales o de la aparición de porteros que intentan repeler la investigación (Agar, 1996), para el acceso a las organizaciones se deben seguir especialmente los canales oficiales, llegando, en casos extremos, a la firma de contratos que establecen condiciones para la divulgación de los resultados. Estas rutas procesales pueden ser consideradas, en realidad, obstáculos para la investigación (Wolff, 2004).

2. Por otra parte, cuando se estudian grupos con poder o élites, los grupos pueden volverse recelosos de lo que pueden perder. Efectivamente, si comparamos con las etnografías en poblaciones vulnerables o vulneradas, las personas investigadas pueden adquirir un poder relativo dada la necesidad del etnógrafo de acceder a ellas y, al mismo tiempo, obtener una cierta ganancia de la investigación, en el sentido de servirles como medio para visibilizar un problema social, un derecho vulnerado, denunciar una situación o dar a conocer una condición de vida que carece de reconocimiento público. Esto puede facilitar el acceso al investigador (Chancer, 2020).

No ocurre del mismo modo con quienes no tienen carencias materiales y se encuentran en una posición aventajada debido a la posesión de capitales sociales, culturales y/o económicos. La investigación podría representar una amenaza que exponga y ponga en cuestión la detentación de esos capitales o los medios para mantenerlos. En el caso de esta investigación, las suspicacias para el acceso se vieron incrementadas por la crisis *subprime* de 2008, luego de la cual los mercados financieros aparecieron como responsables de la crisis económica mundial. Dado el contexto, abrir las puertas a una investigación en mesas de dinero podía ser una cuestión difícil.

Por ello, el acceso en cualquier investigación de tipo etnográfico requiere de persuasión y de múltiples negociaciones que aportan complejidad y pueden prolongar el proceso de acceso. Efectivamente, este no consiste simplemente en cumplir un paso más o menos formalizado al principio de la investigación y luego atravesar una frontera para obtener una “visión abierta y sin restricciones del interior del campo” (Wolff, 2004, p. 195). Tal como lo señala Flick, el acceso es un proceso que nunca se completa, una tarea que debe manejarse de manera cooperativa con las personas participantes de la investigación: “se trata más bien de una negociación que atraviesa varias fases” (2004, p. 58), en vista de estimular la cooperación de los informantes, permitirles tener en cuenta demandas desconocidas, “disponer de tiempo para conversaciones, renunciar parcialmente al control físico de su espacio, hacer frente a las presiones comunicativas” que surgen en las entrevistas aceptando cuestionamientos (Wolff, 2004, p. 195).

En efecto, el trabajo etnográfico, a diferencia de otros métodos cualitativos, tiene como condición de producción de datos el conocimiento a través de la experiencia vivida y el involucramiento del investigador en las prácticas cotidianas de otras personas. Aunque sea de manera acotada y esporádica, el tipo de

conocimiento que el investigador logra depende del modo en que se involucra y de los vínculos que establece con los sujetos de investigación. Esa tarea no es un camino fácil, sino uno lleno de pruebas, desvíos y caminos falsos que llevan a que los investigadores desfallezcan o lo consideren una pesada carga.

En este artículo, en vez de suprimir estos acontecimientos críticos, nos proponemos mostrar cómo, analizándolos, pueden convertirse en fuentes de conocimiento que informan sobre el campo y, al mismo tiempo, permiten destrabar el acceso a espacios particularmente clausurados. Durante el proceso de negociación se producen dificultades entre informantes e investigador que deben ser abordadas para posibilitar el acceso. Y esto solo puede ocurrir si se analizan las condiciones que posibilitan esa relación epistémica, donde la posicionalidad del investigador es un elemento clave.

La posicionalidad habitualmente se refiere a la posición del investigador respecto de las categorías sociológicas de género, identidad sexual, clase, etnia, raza, entre otras, que podrían definir el lugar sociocultural que ocupa en el campo, condicionando los modos de vinculación del investigador con sus informantes y, por esa misma razón, los límites del conocimiento que puede producir (Breuer, 2004). Mientras que la reflexividad etnográfica es una práctica crítica de “vigilancia” que se desarrolla durante todo el proceso investigativo, desde el acceso hasta la producción textual etnográfica, y que tiene como finalidad explicitar la posicionalidad del investigador para determinar su poder y estatus en tanto miembro de una cultura, sus sesgos epistemocéntricos, sus habitus disciplinarios; en resumen, el poder de incidencia de estos aspectos en la vida social que investiga, de manera que pueda incorporar la perspectiva de sus miembros (Guber, 2001).

Nuestra propuesta es que la posicionalidad no es fija ni se encuentra determinada *a priori* por categorías sociológicas, sino que puede cambiar, a condición de concebirla performativamente, es decir, como resultado del curso de las interacciones discursivas entre investigador e informantes y de la inclusión reflexiva del análisis de la posicionalidad del investigador en su aproximación al campo. En el caso de nuestra investigación, durante las negociaciones para el acceso a mesas de dinero bancarias, utilizamos la teoría del posicionamiento de Davies y Harré (1990), del análisis discursivo, como metodología reflexiva para el análisis de las conversaciones y de la posicionalidad de la investigadora.

La teoría del posicionamiento centra su análisis en los aspectos estratégicos y dinámicos del discurso, y nos permitió analizar las posiciones y los posicionamientos subjetivos que se producen en las interacciones entre informantes e investigadora, posibilitando cambios en la posición de esta última. En efecto, solo desde una posición distinta a la inicial pudimos negociar nuestro acceso al campo de manera diferente que al inicio de la investigación y, al mismo tiempo, abrir las conversaciones en el sentido de responder a nuestras preguntas de investigación, gracias al conocimiento del campo producido por el análisis de las dificultades de acceso.

En ese sentido, es importante consignar que el acceso a este ámbito fue un proceso escalonado, que comenzó con nuestra investigación doctoral en mesas de dinero de bancos chilenos entre los años 2005 y 2008. No porque volviéramos a encontrarnos con las mismas personas participantes de esa investigación —que, por decirlo así, nos facilitarían el acceso al campo en este nuevo estudio (luego de casi diez años habían dejado de ocupar sus cargos)—, sino porque los aprendizajes logrados en aquel entonces se traspasaron a esta segunda investigación, haciendo que el acceso a este nuevo campo fuera un proceso mucho más rápido.

Efectivamente, el aprendizaje fundamental refiere a un cambio en nuestra posición en el campo, el cual nos permitió tener un acceso expedito para la realización sistemática de observaciones en mesas de dinero de bancos durante ocho meses y, así, conocer algunas de las prácticas que gobiernan y autorregulan a las personas principiantes. Por ello, el material que analizamos en el presente artículo considera algunas citas de nuestra investigación doctoral que dan cuenta de los desafíos de ese primer acceso, del análisis de nuestra posicionalidad y del cambio de posición en el campo que luego trasladamos como aprendizaje para el acceso a nuestra segunda investigación.

### **Posicionalidad y reflexividad: aportes de las etnografías críticas para los procesos de vinculación y producción de conocimiento en el campo**

Los conceptos de posicionalidad del investigador y de reflexividad en las etnografías no son nuevos en la antropología. En los años 80 y 90 se desarrolló un amplio debate respecto de ellos, en el que convergieron importantes críticas provenientes de perspectivas hermenéuticas, marxistas, feministas, poscoloniales y posmodernas (Marcus, 2015). Los antropólogos norteamericanos (Clifford y Marcus, 1986) en ese período criticaron los textos fundacionales de la disciplina para mostrar los sesgos epistémicos, políticos y éticos de esas producciones.

En el centro de la discusión se encontraba el modelo clásico de la relación de los etnógrafos con sus informantes: la supuesta relación naturalizada del yo con el otro, entendida únicamente como un progresivo acercamiento basado en la aceptación lineal en la vida de las otras personas, que autorizaba al etnógrafo, al cabo de un tiempo de convivencia, a “reflejar” esa realidad por escrito. La labor de la etnografía positivista como espejo de una realidad percibida era criticada en su supuesta neutralidad y universalidad, y denunciada por desconocer que sus desarrollos habían sido parte de la expansión de los colonialismos europeos.

Los análisis críticos pusieron en cuestión tanto los modos de acceso y las condiciones de emergencia de las relaciones con las otras personas en el desarrollo del trabajo de campo, como las condiciones de aparición de las voces nativas y su diversidad en los escritos, en los que normalmente se borraban las relaciones entre etnógrafos e informantes.



Primero, desde los aportes de la hermenéutica, las críticas se orientaron a cuestionar la autoridad retórica de los etnógrafos, mediante la cual se permitían representar a los otros en los textos. Al situar la interpretación en la consideración de la realidad, las críticas apuntaron a develar no solo el sesgo teórico, sino también el sentido común etnocéntrico del etnógrafo en la interpretación de una realidad distinta. El análisis de la posicionalidad apareció como una práctica de trabajo clave, en la que el etnógrafo debía volver sobre sí mismo, registrar sus propios intereses y analizar sus pretensiones de conocimiento, del mismo modo que el impacto en su mismidad del encuentro con el otro —extraño o diferente—, en un esfuerzo de autoconciencia y de estrategia ética ineludible para la escritura sobre cualquier otro.

Ese modo reflexivo de investigación luego se trasladó al trabajo de campo, examinando en detalle los modos de relación entre el yo y los otros. El conocimiento sería, desde esta perspectiva, fruto de un estilo de trabajo autoconsciente, con un lugar crucial para la interpretación reflexiva que considera el análisis de los propios intereses del etnógrafo, como medio para un acercamiento cuidadoso y consciente hacia las otras personas (Guber, 2001; Marcus, 2015).

Posteriormente, los estudios poscoloniales pusieron el acento en los contextos histórico-políticos de la investigación (Bhabha, 1986; Hall, 2010a, 2010b; Said, 2004). Se volcaron al análisis de las condiciones de posibilidad que permiten establecer relaciones con otras personas, considerando las asimetrías que las atraviesan. Los estudios de Stuart Hall (2003, 2010a, 2010b) mostraron cómo la construcción de la identidad del otro nativo usualmente se realiza a través de las categorizaciones del etnógrafo, las cuales traducen una relación epistémica condicionada por asimetrías de poder y expresan el carácter traumático de la colonialidad.

Para Hall (2010a), la identidad de los sujetos investigados en contextos coloniales solo reflejaría la tendencia de estos a asumir posiciones de subordinación y marginación que repiten los patrones de relación asimétrica coloniales; vale decir, los regímenes de representación a los que han sido sometidos y que los hacen verse a sí mismos como “otros”, expropiados internamente de su identidad cultural.

En efecto, para este autor las identidades se construyen relacionamente a través de la diferencia y de los antagonismos culturales, los cuales se expresan en prácticas discursivas que sitúan a los sujetos implicados en ellas en posiciones subjetivas que los interpelan, incitándolos a reconocerse en dichas posiciones. La identidad surgiría de la adhesión a algunas de las posiciones discursivas dominantes o subordinadas, en palabras de Hall, al “encadenamiento exitoso del sujeto en el flujo del discurso” (Hall, 2003, p. 20), que lo situaría en el régimen categorial que ordena las relaciones sociales de manera asimétrica en zonas de inclusión/exclusión, respondiendo a diferentes antagonismos culturales.

El análisis de la posicionalidad, desde esta perspectiva, incorporará el cuestionamiento tanto de la identidad del etnógrafo como de la del otro etnografiado. Al ser relacionales y construidas, la identidad propia y la ajena



están sujetas a estrategias enunciativas o modalidades específicas de poder en el discurso, lo que vuelve necesario situar el “lugar que juega la historia, el lenguaje y la cultura en la construcción de la subjetividad y de la identidad” (Hall, 2010b, p. 310), observando al mismo tiempo la respuesta de los sujetos a los emplazamientos del discurso, sus resistencias, negociaciones o identificaciones con las posiciones a las que se les convoca.

En ese sentido, el análisis integra una sensibilidad política y ética referida no solo a la producción de conocimiento, sino también a los efectos que dicho conocimiento puede tener sobre las personas etnografiadas (Marcus, 2015).

Los estudios feministas, complementando luego las asimetrías económicas, de clase y étnicas de los estudios poscoloniales, introdujeron las asimetrías de género y etarias. La posicionalidad del investigador será sexuada, en el sentido de que su cuerpo será posicionado en el campo de investigación, reproduciendo categorías sociales de género y edad, al mismo tiempo que de clase social, etnia o raza; pues en la posicionalidad del investigador convergen múltiples asimetrías.

En ese sentido, las feministas realizaron un cuestionamiento radical al modo de producción de las etnografías positivistas, criticando la autoridad etnográfica de las personas investigadoras, quienes, bajo un pretendido conocimiento objetivo y universal, solo reproducían una mirada masculina, blanca y europea. Remarcaron que el conocimiento siempre depende de las circunstancias de su producción, del lugar que ocupa el investigador en los vínculos con las personas estudiadas y del modo en que simboliza esas relaciones, no pudiendo ser trascendente ni supremo, sino situado y parcial.

Para evitar ser cómplices de las representaciones dominantes del campo y del investigador, a través de su reinscripción impensada en las monografías etnográficas (Harding, 1987), las investigadoras feministas incluyeron el análisis de la posicionalidad del etnógrafo. La “práctica de la posición” (Albertín, 2009) consiste en el análisis del lugar que ocupa el etnógrafo en el campo que investiga y desde donde puede reproducir categorías sociales, roles, normas e identidades específicas.

Al mismo tiempo, apunta al análisis que el investigador debe realizar de sí mismo, ubicándose en el mismo plano crítico del tema que intenta investigar y analizando los preconceptos e identificaciones que actualiza en un determinado campo de estudio. Para las feministas, en ese sentido, solo mediante un examen riguroso de cuestionamiento y autocuestionamiento —que escrute la posicionalidad del etnógrafo en todas las etapas del proceso de producción de conocimiento— es posible alcanzar un conocimiento objetivo, aunque siempre parcial y específico. (Haraway, 1991)

Ahora bien, a la discusión sobre la reflexividad del etnógrafo se sumaron también los aportes de Pierre Bourdieu desde la sociología. Desde una perspectiva crítica, Bourdieu antepuso su noción de reflexividad (2022), criticando aquella esgrimida por las vertientes posmodernas, hermenéuticas y fenomenológicas. Para Bourdieu, los antropólogos —sobre todo los norteamericanos— se han puesto

a hablar demasiado de sí mismos y demasiado poco de sus objetos de estudio, reduciendo la discusión a cómo incorporar la biografía del investigador en el texto etnográfico, en una suerte de cuestionamiento radical a la autoridad del etnógrafo y de empatía con el nativo (Bourdieu y Wacquant, 1992).

En este sentido, la crítica de Bourdieu resulta fundamental para situar la posicionalidad del investigador no solo en el plano narrativo o autobiográfico, sino dentro de las estructuras objetivas del campo. La reflexividad, más que un ejercicio de introspección, debe entenderse como un análisis de la posición del investigador en relación con las demás posiciones existentes en el campo social y de cómo su propio *habitus* orienta y limita la producción de conocimiento (Bourdieu, 2022). Esto permite desnaturalizar los privilegios epistémicos del investigador y evidenciar que incluso su mirada está atravesada por relaciones históricas de poder.

De este modo, la propuesta de posicionalidad performativa que aquí desarrollamos puede ser vista como un puente entre la reflexividad bourdieusiana —anclada en la estructura y el *habitus*— y las perspectivas discursivas —centradas en la interacción—, complementando ambas dimensiones en el análisis del acceso etnográfico a campos clausurados.

Para Bourdieu, la reflexividad es menos el ejercicio de un repliegue narcisista y complaciente sobre la persona del etnógrafo para dar cuenta de sus inspiraciones privadas que una práctica analítica tendiente a poner de relieve las estructuras sociales que configuran y performan la experiencia individual, en este caso, del etnógrafo. En efecto, invita a considerar la experiencia individual —es decir, aquello que se supone más personal— como la “personificación de exigencias realmente o potencialmente inscritas en la estructura del campo” (Bourdieu y Wacquant, 1992, p. 37), por la posición ocupada al interior de este campo, recordando así el carácter genérico de las experiencias personales.

La reflexividad implica analizar la posición del investigador respecto de las otras posiciones del campo social que se investiga y, al mismo tiempo, tomar conciencia de su posición y de sus disposiciones respecto de su propio campo disciplinar de pertenencia, comprendiendo los sesgos que, por esta particular ubicación, puede reproducir en la construcción de su objeto de estudio.

La reflexión, en ese sentido, se aleja de un relato autobiográfico de tipo literario característico de los relatos etnográficos posmodernos. Mediante la práctica reflexiva, el etnógrafo toma conocimiento de sus categorías de pensamiento y acción, disminuyendo la probabilidad de ser actuado por ellas y pudiendo así desnaturalizar y develar las estrategias y los mecanismos de dominación simbólica que organizan los campos y establecen posiciones diferenciales dentro de los mismos.

## **La teoría del posicionamiento como técnica para el análisis reflexivo de la posicionalidad del investigador**

Ahora bien, una importante contribución a la posicionalidad y a la reflexividad etnográfica son los aportes del análisis del discurso. En efecto, tal como lo señala Ashmore (1989), la reflexividad “debe mostrarse” en el texto, en el modo en que los estilos narrativos y el uso de la retórica interrogan las realidades que presentan, introducen en el relato el proceso de acceso y las negociaciones con los informantes, dando cuenta de las diversas narrativas y de los aspectos intersubjetivos entre informantes e investigadores.

Se trata de una herramienta para la producción textual reflexiva, puesto que el análisis del discurso atiende al uso del lenguaje en cuanto a las intenciones persuasivas, las justificaciones, las tomas de posición de las y los interlocutores y el modo en que este va construyendo a los hablantes, así como los efectos de subjetivación que produce (Bajtin, 1982). A través de un esfuerzo reflexivo en el texto, se pueden evaluar política, epistémica y éticamente las afirmaciones etnográficas, diluyendo la autoridad del etnógrafo en el texto.

Dentro del amplio espectro de perspectivas de análisis discursivo, en el presente artículo consideraremos los aportes de la teoría del posicionamiento de Davies y Harré (1990) como una herramienta reflexiva útil no solo para el análisis de textos y la producción textual etnográfica, sino también como un recurso valioso para la producción de datos durante el trabajo de campo. En particular, nuestra propuesta es utilizar la teoría del posicionamiento como una herramienta clave para el acceso al campo, en la medida en que permite analizar la posicionalidad del etnógrafo durante las múltiples negociaciones y los impases que se producen en las interacciones con los informantes, posibilitando traspasar las dificultades y producir conocimiento sobre el campo a partir del análisis de dichas tensiones.

En efecto, la teoría del posicionamiento incorpora el análisis de la posición y del posicionamiento dentro de la situación conversacional (Davies y Harré, 1990; Harré y Van Langenhove, 1999). Siguiendo a Foucault, en la teoría del posicionamiento se entiende que el poder no está fuera del discurso, sino que funciona y se ejerce a través del discurso como práctica, “porque el discurso es, él mismo, un elemento en un dispositivo estratégico de relaciones de poder” (Foucault, 1999, p. 59).

En tanto fuerza constitutiva que se ejerce, las prácticas discursivas son capaces de crear posiciones de sujeto (Davies y Harré, 1990), las cuales delimitan para los hablantes “derechos y obligaciones mutuas que fluctúan en función del contexto y el momento en el que se habla o actúa” (Gálvez, 2004, p. 99). En efecto, los discursos son aquel “conjunto de reglas anónimas, históricas, siempre determinadas en el tiempo y en el espacio, que fijan para una época dada y para un área social, económica, geográfica o lingüística determinada, las condiciones de ejercicio de la función enunciativa” (Foucault, 2002, p. 198).

En cada conversación, las personas hablantes, a través de un uso estratégico —aunque no siempre intencional— de los actos de habla, intentan posicionar a los otros y posicionarse a sí mismas. A través de las conversaciones y de la

construcción discursiva de narraciones, las personas determinan y son determinadas socialmente en sus propias acciones y en las de los demás. En ese sentido, la teoría del posicionamiento se refiere al aspecto performativo de las prácticas discursivas, a cómo estas constituyen mutuamente a hablantes y oyentes, y cómo pueden, al mismo tiempo, negociar sus posiciones (Davies y Harré, 1990), no solo reproduciendo sino también transformando la realidad social.

En efecto, la teoría del posicionamiento entiende que las personas, más que simples reproductoras de condicionamientos o estructuras sociales ligadas a la clase social, al orden económico o al género, son agentes capaces de destruir, reproducir o crear el orden social. Es en las interacciones donde las estructuras o pautas sociales se actualizan o transforman a través del lenguaje. El orden social es un resultado provisorio y dinámico, que surge de la confrontación de declaraciones, de intereses diversos; en suma, de conflictos situacionalmente definidos y redefinidos por los agentes implicados en las dinámicas conversacionales, a través del juego de posicionarse y posicionar al otro.

Por ello, para la teoría del posicionamiento, los aspectos dinámicos de la conversación son objetos clave del análisis discursivo y, en ese sentido, son muy pertinentes para analizar situaciones de negociación, como aquellas que ocurren con los informantes durante el proceso de acceso al campo de investigación.

En este contexto, las personas se ven, muchas veces, ubicadas de manera no intencional en ciertas “posiciones” que la conversación va definiendo, de modo que las intenciones adquieren significado en el proceso mismo de la conversación. Al mismo tiempo, las personas pueden negociar activamente su posición a través de posicionarse y reposicionar al “otro”.

La posición es un proceso relacional que se constituye en la interacción:

Es una relación que se establece entre un ‘yo’ y un ‘otro’, donde lo dicho ayuda a situar y definir al otro y, al mismo tiempo, a situarnos y definirnos a nosotros mismos. De esta manera, entre el ‘yo’ y el ‘otro’ se establece un sistema de derechos y responsabilidades que no es trascendente, sino inmanente al acto mismo de hablar e interactuar. (Tirado y Gálvez, 2007, p. 233)

Por ello, las posiciones de sujeto son provisionales: “una persona es momentáneamente puesta por los discursos y el mundo donde habita” (Davies y Harré, 1999, p. 221), y son relativas al tipo de interacción. Pero además, las posiciones pueden cambiar, adaptándose a las opiniones de los otros o negociándose a través del flujo de la interacción conversacional. En el proceso interactivo, que se desarrolla situacionalmente, las y los participantes pueden resistir la asignación de roles y la atribución de responsabilidades que conlleva una posición que los interpela, a través de la oposición, el cuestionamiento o el acto de reposicionar al otro en la conversación.

Cuando, en el proceso conversacional, una persona hablante implícita o explícitamente hace disponible una posición de sujeto que es tomada por la otra

persona, ubicándose esta última en dicha posición, en ese momento ocurre un posicionamiento. En este, se asume una posición de sujeto particular, de modo que “una persona inevitablemente percibe el mundo desde el punto de vista de esa posición privilegiada y en términos de imágenes particulares, metáforas, argumentos y conceptos relevantes dentro de la misma” (Davies y Harré, 1990, pp. 219-220).

En ese sentido, “el posicionamiento es la socialización real que se desarrolla en la interacción. Posicionamiento y socialización son sinónimos” (Tirado y Gálvez, 2007, p. 232), pues es el momento en que un “individuo emerge de los procesos de interacción social no como un producto final relativamente completo, sino como uno que se constituye y reconstituye a través de prácticas discursivas variadas en las cuales participa” (Davies y Harré, 1999, p. 220).

Al estar posicionada de distintas formas, una misma persona experimenta y muestra una multiplicidad de identidades. Ahora bien, lo importante es comprender que siempre existe la posibilidad de resistir la posición de sujeto asignada e, incluso, realizar un posicionamiento reflexivo, en la medida en que un mismo sujeto se posiciona a sí mismo o toma una posición de sujeto de manera consciente.

## Métodos de producción y análisis de datos

Para analizar la posicionalidad de la investigadora y su cambio reflexivo de acuerdo con la teoría del posicionamiento, utilizaremos, en primer lugar, citas de entrevistas recopiladas durante nuestra investigación doctoral, la cual tenía como propósito analizar la implicación y el malestar subjetivo de estas personas en su trabajo.

Estas citas dan cuenta de los primeros acercamientos y de las dificultades encontradas en las negociaciones iniciales con informantes clave, en vistas a la obtención de acceso a mesas de dinero bancarias. Se trata de entrevistas realizadas a operadores de mesa de dinero, específicamente *traders* de diversas instituciones bancarias chilenas.

Dado que la teoría del posicionamiento analiza secuencias de interacciones, en el presente caso comenzaremos analizando fragmentos de interacciones con distintos informantes. Frente a la pregunta inicial de la investigadora respecto de su elección e implicación en este trabajo específico, analizaremos las respuestas de los informantes considerando los siguientes aspectos:

1. La posición que toma el hablante (entrevistado/a) respecto del otro (la investigadora), la cual puede rastrearse tanto en el contenido como en ciertas marcas discursivas del enunciado. Observaremos el modo en que el yo del entrevistado establece su posición de manera relacional, es decir, los límites de su posición siempre respecto de la definición que realiza de la posición del otro.

2. Las interpelaciones implícitas o explícitas realizadas por las personas hablantes que definen posiciones de sujeto dirigidas a la investigadora. La indagación de estas posiciones de sujeto nos permitirá rastrear los límites de la capacidad enunciativa y de actuación del otro (la investigadora), entendiendo por estos límites los derechos y deberes posibles en esa interacción.

Posteriormente, expondremos cómo el análisis de la posicionalidad, como estrategia reflexiva intencional, le permitió a la investigadora modificar su modalidad de negociación, abriendo su acceso al campo y, al mismo tiempo, acceder a información clave para la comprensión del mismo.

En efecto, la teoría del posicionamiento distingue el “posicionamiento reflexivo” como categoría que permite entender la toma de posición, o el modo en que un mismo sujeto se posiciona a sí mismo (Davies y Harré, 1990), en este caso, la investigadora, respecto de las posiciones de sujeto asignadas por otras personas (los informantes).

Por último, a través de la referencia a una entrevista con un gerente de mesa de dinero, analizaremos cómo este cambio en la posicionalidad de la investigadora se transfirió a la segunda investigación, permitiendo que el acceso fuese más expedito.

## **Resultados y discusión**

### **Análisis de la posicionalidad de la investigadora: los obstáculos del posicionamiento para el acceso**

Frente a la pregunta inicial sobre la elección y su implicación en este trabajo, hemos categorizado las respuestas de los entrevistados de dos maneras: como interpelaciones tácitas e interpelaciones directas a la investigadora. A continuación, exponemos algunas citas y sus respectivos análisis.

#### ***Interpelaciones tácitas a la investigadora***

El que entre acá tiene que tener una personalidad fuerte porque lo van a tratar mal, le van a gritar: ‘oye, ¿cómo puedes ser tan tonto?, ¿dónde aprendiste?’. Entonces la persona se puede sentir mal, ofendida. Este trabajo puede ser una tragedia; tienes que sobrepasar esas cosas para que no te sientas afectado. La agresividad ocurre dentro de la mesa de dinero y con las contrapartes, uno está peleando por plata. (Roberto, *trader*, 31 años)

La posición del hablante es la de quien emite aclaraciones sobre la clausura de este espacio (hay un adentro y un afuera de la mesa de dinero), define para el receptor las obligaciones respecto de lo que se debe hacer (“uno está peleando por plata”), pero también cómo se debe ser en este espacio clausurado (“tener una personalidad”, “no sentirse afectado”).

Su respuesta no solo informa, sino que también opera como una advertencia para la investigadora (“El que entre acá tiene que tener una personalidad fuerte porque lo van a tratar mal, le van a gritar; la persona se puede sentir mal, ofendida”): define la posición de la investigadora ubicándola en el lugar de alguien que debe aceptar o sobrepasar la afectación que puede implicar la observación o la recepción de un trato agresivo (“tienes que sobrepasar esas cosas para que no te sientas afectado”).

Su respuesta podría ser considerada como un modo de poner a prueba la posición de la investigadora respecto de su intención de investigar este espacio laboral, al mismo tiempo que la posiciona a distancia, como ajena o extraña a este espacio, con base en la ignorancia de los códigos (asimetría de saber).

La diferencia se nota cuando tú hablas con empresas productivas u otras personas que no manejan el tema financiero: es otro lenguaje, otra velocidad. Acá el lenguaje es preciso, rápido, agresivo, seco; acá hay gente que es dura, es hasta grosera. Estas son cosas válidas dentro del mercado financiero, ipero no cuando tú negocias con empresas con chimeneal. (Jorge, *trader*, 30 años)

La posición del hablante es mistificadora del espacio propio de trabajo (“estas son cosas válidas dentro del mercado financiero”), al mismo tiempo que ubica como ajenos a aquellos que no conocen este espacio (“la diferencia se nota cuando tú hablas con empresas productivas u otras personas que no manejan el tema financiero”). La posición del hablante es pedagógica, como quien le habla a alguien que no entiende este lugar, de un orden que se aleja y es diferente de las convenciones sociales (“acá hay gente que es dura, es hasta grosera”).

Ambas citas no solo son informativas respecto de los significados que permiten comprender este espacio de relaciones, sino que también sitúan a quienes no forman parte de él (la investigadora) en una posición de ajenidad y de diferencia asimétrica. Tácitamente, la posición que se le otorga a la investigadora es la de alguien vulnerable, susceptible de ser afectada e ignorante respecto de lo que se juega dentro de este lugar.

### ***Interpelaciones directas a la investigadora***

Bueno, ¿y cuál es tu tesis? ¡No tienes idea a lo que vas a llegar! (...) No sé lo que es cualitativo, siempre he hecho cuantitativo. Es que yo ya he hecho dos tesis de finanzas. En mi universidad, a mí me enseñaron que cuando haces una tesis siempre sabes a lo que vas a llegar: o tú tienes la razón o no la tienes. Bueno, te voy a contar un poco de todo con peras y manzanas. (Tomás, *trader*, 27 años)

La posición del hablante es la de quien interpela críticamente a la investigadora (“¡No tienes idea a lo que vas a llegar!”). Posicionándose en un lugar de saber (“yo ya he hecho dos tesis”; “te voy a contar un poco de todo”), sitúa a la investigadora en una posición de ignorancia, al mismo tiempo que define la relación de manera pedagógica. La diferencia asimétrica saber/ignorancia es un modo de poner a



distancia a la investigadora, instaurando una relación pedagógica e infantilizadora (“te voy a contar un poco de todo con peras y manzanas”).

“¿Pa’ qué te sirve esto? ¿Cuál es el costo-beneficio de hacerlo?” Y, una vez concluida la entrevista, agrega: “Cuando termines tu investigación, ya que sabes francés, llámame y te contacto con mi señora, que tiene contactos en el *call center* de Air France”.

El entrevistado interpela directamente a la investigadora respecto del valor del estudio (“¿Pa’ qué te sirve esto? ¿Cuál es el costo-beneficio de hacerlo?”). Una investigación académica en ciencias sociales que sale de su propio código (económico) carece de valor (“Cuando termines tu investigación... te contacto con... el *call center*”).

El capital cultural asociado a un doctorado no le confiere a la investigadora ningún tipo de autoridad frente al entrevistado, quien se posiciona desde un capital económico y social superior (a alguien de su misma posición jamás le habría ofrecido un trabajo en el *call center*). Nuevamente observamos una asimetría, esta vez relacionada con los capitales socioeconómicos.

“Podrías renovar tu grabadora. Yo te regalo una grabadora nueva... Te invito a comer el viernes en la noche y hacemos la entrevista en un súper restaurante que conozco.”

El hablante intenta redefinir la relación investigativa, interpellando directamente a la investigadora en su condición de mujer, para que asuma una posición erótica (“Te invito a comer el viernes en la noche”; “yo te regalo una grabadora nueva”). La posición en la que se coloca a la investigadora da cuenta de una asimetría de género, mediante la cual el hablante no solo evidencia su interés sexual, sino también su posición de dominancia, que consiste en condicionar su participación en la investigación a la relación de género (“te invito a comer... y hacemos la entrevista”).

Estas citas muestran cómo los entrevistados marcan su superioridad, ubicando a la investigadora en una posición jerárquicamente inferior (Gaztambide-Fernández y Howard, 2012), lo cual es común en investigaciones con élites.

En ese sentido, otras etnografías con élites muestran que las y los investigadores, además de ser criticados, también pueden ser ignorados, sometidos a restricciones de acceso al campo o de publicación (vetos según contrato), e incluso expuestos a represalias si las conclusiones no coinciden con las expectativas de los informantes (Holmes y Marcus, 2005).

Las etnografías con grupos con poder decisional económico, político o cultural invierten las asimetrías estándar entre informante e investigador, planteando un desafío metodológico respecto de la autoridad etnográfica, que consiste no solo en dar voz a los sin voz, sino en aprender a relacionarse con informantes que tienen recursos y plataformas considerables para hacer que sus voces sean escuchadas y naturalizadas (Ho, 2016).

Además, la experiencia subjetiva de los investigadores que trabajan con élites suele caracterizarse por sentimientos de incomodidad, ansiedad y falta de empatía con los sujetos de estudio (Gallaher, 2016; Pinçon y Pinçon-Charlot, 2021; Harrington, 2017), así como por una sensación de impotencia, en el sentido de que la investigación se vuelve inabordable.

Etnografías con élites muestran que las y los investigadores habitualmente experimentan momentos de “vulnerabilidad” que pueden incluso llevarles a abandonar la investigación (Behar, 1996). En efecto, el modo en que se desenvuelven las relaciones tiende a mantener a distancia a las personas externas, negándoles informalmente el acceso al campo, aun cuando los investigadores posean autorizaciones formales para ingresar. ¿Cómo superar estos obstáculos iniciales?

### **Negociando una nueva posición: el uso reflexivo de la teoría del posicionamiento para un acceso estratégico y la producción de conocimiento del campo**

La reflexividad etnográfica, en ese sentido, es una herramienta metodológica orientada a someter a análisis la experiencia subjetiva del investigador, como aquel “lente a través del cual se puede percibir y analizar” las dinámicas de poder que se ponen en juego en el campo. Sin embargo, a veces se malinterpreta el giro reflexivo, colocando en el centro la subjetividad del etnógrafo, como si el trabajo etnográfico consistiera en la descripción pormenorizada de sus estados emocionales y como si estos, por sí solos, informaran sobre la situación del campo.

La teoría del posicionamiento puede ser, en ese sentido, una estrategia metodológica para el ejercicio reflexivo, al permitir entender que:

1. Siempre habrá una disonancia entre la posición que el investigador realmente ocupa y aquella que se le asigna en el campo; y
2. Las respuestas emocionales de las y los investigadores son solo reflejo de los posicionamientos en los que han quedado atrapados.

En efecto, el posicionamiento refiere a que el oyente asume la asignación de cargos y responsabilidades que conlleva una posición propuesta por otro hablante. Las emociones son un indicador de los límites de la posición enunciativa, dentro de los cuales ha quedado posicionado un sujeto en la interacción, y determinan, por tanto, las condiciones de ejercicio de la función enunciativa.

En ese sentido, las emociones nos hablan de que el poder es relacional, tal como dice Foucault, se ejerce a través de las prácticas discursivas y tiene un efecto performativo en los hablantes. El posicionamiento implica que el poder se ha corporeizado y, en ese sentido, las emociones son una de sus expresiones.

Los estudios con élites muestran que, si las emociones no son analizadas, el investigador puede terminar “actuando” la posición asignada en el campo,

que en ese contexto normalmente es la posición de *outsider* o de exclusión del espacio elitario, cuyo correlato es la autoexclusión del campo por parte del propio investigador.

Es en ese sentido que Shore sostiene que el análisis de la posicionalidad del etnógrafo en estudios con grupos que tienen algún tipo de poder conlleva necesariamente un ejercicio de “reflexividad política”, ya que nos obliga a posicionarnos más conscientemente en relación con los sistemas más amplios de poder y jerarquía “dentro de los cuales el conocimiento es construido” (2002, p. 2).

La teoría del posicionamiento permite comprender y analizar las dimensiones estratégicas de la retórica de los hablantes, posibilitando al investigador realizar un ejercicio reflexivo sobre las interacciones del campo, lo que le devuelve capacidad de negociación, toda vez que logra reconocer un posicionamiento en el que ha quedado atrapado.

En ese sentido, entendemos que la producción del conocimiento etnográfico es encarnada y situada, dado que los posicionamientos en los que se ve envuelto el investigador no son intencionales, y las emociones afloran como indicadores de la implicación del investigador en el campo.

En efecto, la especificidad del método etnográfico, a diferencia de otros métodos, radica en la producción de conocimiento a través de la vivencia y de la capacidad de afectación del investigador. Sin embargo, la afectación puede operar tanto como obstáculo como motor de conocimiento.

Mediante los indicadores emocionales y los estados subjetivos, el investigador puede analizar los posicionamientos en los que ha quedado involucrado, los cuales responden a la retórica discursiva de las interacciones en las que ha estado implicado, o bien quedar identificado en una posición asignada.

En ese sentido, para llevar a cabo la reflexividad etnográfica, utilizamos la teoría del posicionamiento para analizar cómo la propia experiencia de la investigadora revela el modo en que se negocian los límites discursivos de las interacciones en este espacio laboral.

En este punto, más que seguir a Bourdieu, con la noción de campo como un espacio objetivo de relaciones previamente estructurado y estabilizado, en el que se corresponden posiciones subjetivas jerarquizadas, entendemos que el orden surge de negociaciones constantes a nivel de las interacciones discursivas que definen posiciones de sujeto, pero que siempre pueden ser cuestionadas, negociadas y transformadas.

Posteriormente, el análisis discursivo nos permitió considerar las interpelaciones directas e indirectas dirigidas a nuestra persona como expresión del proceso de diferenciación en el que estábamos insertos: el modo en que cada entrevistado establece su posición de manera relacional, es decir, intenta definir los límites de su propia posición subjetiva siempre en concomitancia con la definición de la posición del otro, que aparece como una alteridad.

El proceso de categorización de nuestra subjetividad muestra cómo los hablantes intentan determinar —y determinan— socialmente sus propias acciones y las ajenas, construyendo un orden social de diferencias y jerarquías de un modo inteligible para sí y para los demás.

Lo que queda a distancia de este espacio de relaciones sociales, en una posición jerarquizada como inferior, se asocia a categorías que se superponen simultáneamente, tales como la ignorancia, el género femenino, la pasividad, la vulnerabilidad, la indecisión, el capital cultural y el conocimiento académico.

Inversamente, como categorías normativas que definen posiciones de sujeto incluidas dentro de este espacio de relaciones, aparecen la dominancia, la actividad, la resolución, la invulnerabilidad, la orientación hacia el capital económico y un saber hacer práctico, en detrimento del conocimiento académico y de la valoración del capital cultural: categorías normativas que podrían quedar subsumidas bajo el género masculino.

En ese sentido, el uso de la teoría del posicionamiento como estrategia reflexiva nos permitió identificar inicialmente estas categorías y las asimetrías de poder a las que pertenecían, y al mismo tiempo establecer relaciones de correspondencia entre ellas, al ser la ignorancia, el género femenino, la pasividad, la vulnerabilidad, la indecisión, el capital cultural y el conocimiento académico, todas categorías en posición de inferioridad, tendientes a ser excluidas de este espacio laboral.

Pero también, el uso de la teoría del posicionamiento como estrategia reflexiva nos permitió utilizar las posiciones asignadas —como la de mujer ignorante— para acceder metodológicamente al campo e ir variando nuestro conocimiento del mismo.

Dicha posición inicial, constitutiva de una relación pedagógica, nos permitió recibir de las personas entrevistadas documentos y literatura que, para ellas, resultaban ejemplificadores, tales como revistas de liderazgo en el tema, manuales de comportamiento para el éxito en los mercados financieros y la explicación de sus propias estrategias de negociación, entre otros.

De este modo, pudimos ir comprendiendo las dinámicas que articulan la economía financiera. Asimismo, fueron fundamentales la revisión de literatura macroeconómica y la asimilación del lenguaje técnico habitualmente usado en este espacio.

A través de este saber adquirido, pudimos renegociar la asimetría pedagogo/aprendiz en la que quedábamos ubicadas inicialmente en una posición inferior y, al mismo tiempo, extraña al campo. Abandonar la posición de ignorancia y pasar a tener un saber nos permitió posicionarnos en la conversación, manejar el lenguaje, retomar los códigos del espacio de relaciones y, en ese sentido, aparecer de manera menos receptiva y más propositiva, subvirtiendo, en las interacciones, los intentos de posicionamiento pedagógico de nuestros entrevistados.

En ese sentido, las relaciones de asimetría son cambiantes y dinámicas, se pueden renegociar. Si este cambio no nos hizo parte del grupo, adquirimos un acceso progresivo: (1) el “tono pedagógico” de las entrevistas cambió y comenzamos a tener acceso a las narrativas personales de los entrevistados, las que incluían el relato de sus trayectorias laborales, sus sentimientos y sus modos de implicación en el trabajo, lo que nos permitió responder a los objetivos de nuestra investigación; (2) además, pudimos negociar con ellos la realización de nuestras primeras observaciones en mesas de dinero durante las jornadas laborales.

Anecdóticamente, pero como signo del acercamiento progresivo al espacio, incluso nos ofrecieron trabajo, ya no en el *call center* de una empresa aérea, sino dentro de una de las instituciones bancarias, para el reclutamiento y selección de operadores de mercado en mesas de dinero.

Al mismo tiempo que la circulación de significados cambiaba, la relación de correspondencia entre las asimetrías de poder que organizaban este espacio de relaciones quedó desestabilizada. En efecto, si en principio la relación asimétrica de género masculino/femenino podía mostrarse como la organización fundamental, apareciendo los códigos masculinos con exclusión de posiciones femeninas como claves en la producción del orden en este espacio, pronto el género dejaba de ser estructurante de las demás asimetrías.

No todas las asimetrías de poder identificadas quedaban subsumidas bajo la asimetría de género. La idea de que los códigos masculinos eran claves en la producción de este espacio de relaciones era, más bien, el resultado de una interpretación desde nuestro posicionamiento en un lugar femenino de inferioridad.

Al analizar este posicionamiento y, desde una nueva toma de posición, ocupar una posición femenina con saber, activa y resolutiva, no nos excluía del campo; por el contrario, nos abría puertas, facilitándonos el acceso.

Al someter a prueba la hipótesis del género como clave ordenadora de este espacio social mediante entrevistas a mujeres y hombres del campo, pronto apareció que las pocas mujeres que trabajaban en el puesto de *trader* eran respetadas, incluso temidas por sus compañeros varones.

Sin embargo, los hombres principiantes que llegaban sin saber realizar transacciones en los mercados informatizados, ni entender el lenguaje técnico ni los códigos de sociabilidad, a veces eran posicionados en lugares feminizados o asociados a la homosexualidad. En otras ocasiones, eran ubicados en posiciones no relativas al género, pero sí al grupo etario, siendo frecuentemente infantilizados.

La edad también operaba como un código relevante, pero asociado a otras categorías de manera diversa. Ser niño quedaba asociado al posicionamiento de no saber, de no tener las disposiciones para actuar en el mercado, mientras que se presumía que las personas de edad no serían tan rápidas ni resolutivas, debiendo quedar fuera de este espacio laboral.

En ese sentido, el juego de posicionar al otro en un lugar femenino, feminizado, afeminado o infantil, e incluso de tonto, constituía estrategias orientadas a vehiculizar otros órdenes normativos, claves en la tarea de negociación de las finanzas.

El posicionar al otro ocupando posiciones de inferioridad, a veces de manera humillante y violenta, apareció luego durante las observaciones en la mesa de dinero como un modo de disciplinamiento, un modo de subjetivación orientado a construir operadores de mercado con entereza, capaces de resistir la competencia y la posibilidad de hacer enormes pérdidas de dinero, siendo capaces de recuperarse técnica y emocionalmente de ellas.

Como estrategias de autocontrol, pero también como aprendizaje de saber dominar al ser dominado, estas disposiciones se orientaban a formar sujetos ubicados en posición de competir y pelear con otros por las ganancias en el mercado, en palabras de ellos, ser “guerreros de las finanzas”.

En ese sentido, junto con la dominancia, la invulnerabilidad, el ser resolutivo y activo, aparecieron otras categorías clave para la producción del orden en este espacio de relaciones, tales como la orientación al riesgo y la competición; todas ellas disposiciones necesarias para la realización de negociaciones y transacciones financieras.

El género, si bien era un código importante, presente en los comentarios, chistes y modos de rebajar la posición de los otros, operaba vehiculizando estas otras claves normativas necesarias para el juego financiero.

### **Transferencia de la posición aprendida al nuevo campo: toma de posición para la negociación del acceso y levantamiento de obstáculos**

Con la adquisición de conocimientos del campo y una nueva posición, pudimos negociar de manera más expedita el acceso para la realización de observaciones en mesas de dinero de dos bancos durante nuestra segunda investigación.

Efectivamente, desde la elaboración de correos electrónicos de contacto — cortos, precisos y directos—, entendiendo que las negociaciones en los mercados son rápidas y resolutivas, pues una demora puede significar pérdidas, y considerando que nos encontrábamos dentro de esa misma lógica de negociaciones, era necesario ir al punto y evitar extensas explicaciones académicas.

A través de un investigador, accedimos al correo electrónico de contacto de un gerente de mesa de dinero que nos permitió concertar una entrevista. Al ingresar a la sala de reuniones, él fue al grano. Luego de identificarnos y conocer nuestra procedencia a través de preguntas, rápidamente nos consultó para qué queríamos hacer este estudio y si sabíamos dónde nos estábamos metiendo, porque “éste podía ser un ambiente difícil, complicado y hasta grosero para alguien que viene de fuera”.

Sin extendernos demasiado, le señalamos que previamente habíamos realizado una investigación doctoral, en la que detectamos las dificultades que tenían en la mesa para contratar nuevos operadores, dada su escasa preparación universitaria en el ámbito de los mercados financieros y considerando los procesos de selección institucionales, que no valoran adecuadamente a los candidatos, excluyendo a quienes se presentan con rasgos dominantes y son demasiado propositivos, características fundamentales para este trabajo.

Le comentamos, además, que sabíamos que “las tallas de la cintura para abajo” estaban a la orden del día y que eso no representaba ningún problema para nosotros. Esto provocó risas inmediatas y, en menos de 15 minutos, nos dijo: “Te vamos a ayudar. Te voy a contactar con el jefe *trader* de la mesa de *retail*, para que puedas hacer observaciones y entrevistas a los novatos”.

De alguna manera, este recuerdo muestra el cambio en nuestra posición para la negociación del acceso al campo. No se trata solo del conocimiento adquirido en el campo anterior, sino del modo en que performativamente ese conocimiento se integra en la negociación, de manera estratégica, para mostrar nuestro lugar, en los términos de ellos, la contraparte que representamos para ellos.

Recurrir al mismo humor, un poco incisivo (con algo de dominancia), pero también mantener una expresión propositiva, sin recurrir a largas explicaciones académicas, eran los códigos de este espacio de relaciones.

Lo importante no era solo conocer esos códigos, sino hacerlos jugar en la negociación, mostrando a través de ellos nuestra posición, el modo en que nos autodefiníamos en relación con la definición que hacíamos de ellos.

El humor, el saber sobre el campo y, aun así, no mostrarse vulnerable, incluyendo un tono propositivo, hablaban de nosotros y de lo que podíamos valer para ellos en ese espacio.

En ese sentido, nuestro posicionamiento le permitía al gerente evaluar la posibilidad y el impacto de nuestra intromisión en el campo. Luego, evaluando riesgos, abrió un espacio acotado de observación en la mesa de *retail*, que es la primera dentro de la institución, donde los principiantes se “foguean” en el mercado.

Las negociaciones con este gerente permiten ejemplificar el modo en que la posición aprendida durante nuestra investigación inicial pudo ser transferida, y jugó un rol fundamental en el proceso de negociación para el acceso a una de las mesas de dinero en nuestra segunda investigación.

De un modo similar, manejando el lenguaje, poseyendo un cierto saber y retomando los códigos de este espacio de relaciones, pudimos obtener en la otra mesa de dinero la autorización del gerente para realizar observaciones sistemáticas durante ocho meses y, al mismo tiempo, subvertir en las interacciones los intentos de posicionamiento pedagógico de nuestros informantes a medida que avanzaba el proceso de acceso.



## Conclusiones finales

La teoría del posicionamiento es una herramienta útil para el análisis de las negociaciones durante el proceso de acceso al campo, pues permite examinar las interacciones discursivas entre informantes e investigadores.

Mediante la identificación de las posiciones y los posicionamientos subjetivos de los hablantes en el discurso, se pueden definir las formas de implicación y afectación mutua entre ellos, objetivando posibles dificultades en el proceso de vinculación entre investigador e informantes.

En ese sentido, se trata de una herramienta valiosa para el análisis de la posicionalidad del investigador, ya que formaliza la posición que ocupa a través del análisis de los discursos que constituyen diferencialmente el campo de investigación y en los que se ve involucrado al ingresar en él.

En consecuencia, la teoría del posicionamiento constituye una herramienta clave para la práctica de la reflexividad etnográfica, al facilitar los procesos reflexivos necesarios para mejorar los procesos de vinculación durante el acceso al campo, analizar los obstáculos y comprender el lugar y el impacto del investigador durante el trabajo de campo.

Como estrategia de análisis, no solo resulta útil luego de la recogida de datos para el análisis de resultados y la producción textual etnográfica, sino que también es necesaria para la producción reflexiva de conocimiento durante el trabajo de campo, especialmente mediante el análisis de las dificultades en los procesos de negociación durante el acceso.

Asimismo, la teoría del posicionamiento permite ampliar la noción de posicionalidad, habitualmente considerada como la relación del investigador con categorías sociológicas tales como la clase, el género, la edad o la etnia, entre otras.

Si el sentido del análisis de la posicionalidad es determinar el lugar sociocultural que ocupa el investigador en el campo, como factor condicionante de sus relaciones con los informantes y de los límites de la producción de conocimiento, nuestra propuesta sostiene que ese lugar no es fijo.

Puede cambiar a condición de: (1) entender que la posición del investigador se juega en las interacciones entre informantes e investigador, en la negociación permanente que sostienen los hablantes en el discurso mediante sus estrategias; (2) analizar las estrategias de posición y posicionamiento subjetivo con el fin de objetivar los posicionamientos adoptados por el investigador, los cuales delimitan sus posibilidades de enunciación y acción en el campo; y (3) reintroducir reflexivamente dicho análisis para adoptar una nueva toma de posición basada en el conocimiento proporcionado por el análisis discursivo del campo.

Pensamos que el análisis de la posicionalidad del etnógrafo no pasa exclusivamente por el reconocimiento de las marcas o signos que refieren a categorías sociológicas estructurales del orden social, a través de las cuales las personas se relacionan de manera preestablecida.

Nuestra propuesta es que la posicionalidad se produce con base en un juego de negociaciones en el discurso.

Partimos del supuesto de que las normas y estructuras sociales no predeterminan de forma absoluta la interacción, sino que las interacciones microsociológicas producen y reproducen las normas, es decir, las actualizan y transforman en el fragor de las prácticas discursivas.

Si bien las marcas que aluden a las categorías sociológicas pueden ser elementos significantes iniciales para nuevas interacciones, existe un margen de incertidumbre y negociación vinculado con la performatividad de la posicionalidad del investigador.

Tal como sostiene Shore (2002), en escenarios etnográficos con grupos aventajados y particularmente clausurados, que generan reacciones inmunes que impactan al investigador en sus intentos de acercamiento, el análisis de la posicionalidad del investigador resulta ineludible, pues en estos contextos su lugar siempre será cuestionado.

La teoría del posicionamiento permite manejar de mejor manera la afectación del investigador frente a las estrategias del campo que buscan expulsarlo, al permitirle clarificar los posicionamientos implícitos o explícitos en los que puede haber quedado identificado y los órdenes discursivos del campo que se ponen en práctica mediante el juego de posicionarse a sí mismo y a los otros.

Comprendiendo las dimensiones estratégicas del discurso y la performatividad de su posicionalidad, el investigador puede modificarla, posicionándose de un modo que le devuelva capacidad de negociación en el campo.

Esto es particularmente relevante si consideramos que el acceso es un proceso constante de negociación, en el que se manejan conflictos, entendidos como diferencias de intereses que se expresan en el discurso, de forma abierta o implícita.

En efecto, durante el proceso de acceso, los intereses de conocimiento del investigador no siempre coinciden con los de los informantes. La teoría del posicionamiento, al concebir performativamente la posicionalidad del investigador, le devuelve reflexivamente la capacidad de negociación en una situación de conflicto de intereses durante el acceso, algo que no logra el análisis categorial de tipo estructural aplicado a la posicionalidad.

Desde una perspectiva estructural, Chancer (2020) propone como posible facilitador del acceso en etnografías con élites, donde la negociación es difícil dadas las suspicacias de estos grupos, la búsqueda de similitudes en algunas categorías sociológicas estructurales —como clase, género, raza o etnicidad— o el encuentro de *habitus* afines (interrelacionados) entre investigador e informantes.

De este modo, explica el logro del acceso de Pinçon-Charlot (1989, 1996), Philippe Bourgois (1996) o de investigadores más recientes (Ho, 2009; Khan, 2011; Cousin y Chauvin, 2021) a campos elitarios.

Si bien Chancer señala que hay excepciones a esta estrategia de búsqueda de similitudes entre investigador e investigado, y que no pretende incitar normativamente a los etnógrafos a estudiar solo dentro de su propio entorno sociocultural, no ofrece argumentos sólidos en contra de esa incitación, dejando sin explicación por qué la literatura muestra numerosas etnografías en las que no existen similitudes entre investigador e informantes (por ejemplo, mujeres, personas de clase trabajadora o personas de color que estudian grupos predominantemente de hombres blancos de élite).

En base a lo expuesto, proponemos recurrir a las capacidades negociadoras del investigador, donde un concepto performativo de su posicionalidad y el uso reflexivo de la teoría del posicionamiento podrían serle útiles para una negociación estratégica en campos elitarios particularmente clausurados.

Pensamos que las similitudes y diferenciaciones no responden necesariamente a aspectos observables del otro, sino que refieren a asimetrías internas a una formación discursiva, que se resuelven en los procesos de interacción y pueden ser objetivadas mediante el análisis discursivo.

En ese sentido, consideramos que las similitudes no se establecen a partir de la identificación de marcas, sino que pueden ser negociadas en el discurso y formalizadas a través de la teoría del posicionamiento.

### **Agradecimientos de financiamiento**

Los resultados presentados en este artículo forman parte de los hallazgos de una investigación financiada por la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID), a través del programa FONDECYT de Iniciación [N.º 11171075], y por la Universidad Alberto Hurtado, cuyo título es “Gobierno y autogobierno en la producción de nuevos operadores de mercados financieros: una investigación sobre los procesos de incorporación al trabajo”. El proyecto fue adjudicado en 2017 y finalizó en 2022.

### **Agradecimientos**

Agradecemos especialmente las recomendaciones de Alejandro Garcés y la lectura minuciosa de Patricio Velasco.

### **Declaración de conflicto de intereses**

La autora declara que no existen conflictos de interés asociados a la elaboración o publicación de este artículo.

## Estándares éticos

Los consentimientos informados y las autorizaciones correspondientes fueron validados por el Comité de Ética de la Universidad Alberto Hurtado, garantizando el cumplimiento de los principios éticos establecidos por la investigación académica.

## Referencias bibliográficas

- Abolafia, M. (2001). *Making markets: opportunism and restraint on Wall Street*. Harvard University Press.
- Agar, M. (1996). *The Professional Stranger*. Academic Press.
- Aglietta, M. y Rebérioux, A. (2004). *Dérives du capitalisme financier*. Albin Michel.
- Albertín, P. (2009). La práctica reflexiva en el texto etnográfico. Aproximaciones, relaciones y significados sobre el uso de heroína y otras drogas en una comunidad urbana. *Forum: Qualitative Social Research*, 10(2), 1-19. <https://doi.org/10.17169/fqs-10.2.1328>
- Ashmore, M. (1989). *The Reflexive Thesis: Wrighting Sociology of Scientific Knowledge*. The University of Chicago Press.
- Augé, M. (1995). *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Gedisa.
- Bajtín, M. (1982). *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI.
- Batsch, L. (2002). *Le capitalisme Financier*. La Découverte.
- Behar, R. (1996). *The Vulnerable Observer, Anthropology that Breaks your Heart*. Beacon Press.
- Beunza, D. y Stark, D. (2003). Organiser la réactivité. Innovation et reconstruction dans les salles de marché du Lower Manhattan. *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 16(63), 171-196. <https://doi.org/10.3406/polix.2003.1298>
- Bhabha, H. (1986). Foreword: Remembering Fanon. Self, Psyche, and the Colonial Condition. En F. Fanon. *Black Skin, White Masks* (pp. vii-xxvi). Pluto.
- Blair-Loy, M. y Wharton, A. (2004). Mothers in Finance: Surviving and Thriving. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 596, 151-71.
- Bourgois, P. (1996). *In Search of Respect: Selling Crack in El Barrio*. Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (2022). *Retour sur la réflexivité*. EHESS.
- Bourdieu P. y Wacquant, L. (1992). *Réponses*. Seuil.
- Breuer, F. (2004). Lo subjetivo del conocimiento socio-científico y su reflexión: ventanas epistemológicas y traducciones metodológicas.

*Forum: Qualitative Social Research*, 4(2), 25, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0302258>

Callon, M. (1998). *The Laws of the Markets*. Blackwell Publishers.

Chancer, L. (2020). Elite Ethnography. En C. M. Abramson y N. Gong (Eds.), *Beyond the Case*. Oxford University Press.

Chesnais, F. (2001). *La théorie du régime d'accumulation financiarisé : Contenu, portée et interrogations*. Forum de la Régulation.

Clifford, J. y Marcus, G. E. (1986). *Writing culture: The poetics and politics of ethnography*. University of California Press.

Cousin, B. y Chauvin S. (2021). Is there a global super-bourgeoisie? *Sociology Compass*, 15(6), 1-15. <https://doi.org/10.1111/soc4.12883>

Czarniawska, B. (2005). Women in Financial Services: Fiction and More Fiction. En K. Knorr Cetina, K. y A. Preda (Eds.), *The sociology of financial markets* (pp. 121-137). Oxford University Press

Davies, B. y Harré, R. (1990). Positioning: The discursive production of selves. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 20(1), 43-63. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5914.1990.tb00174.x>

Espinosa-Cristia, J. F. y Alarcón, J. I. (2017). Perspectiva socio-técnica del trading: Mesas de dinero de bancos en Chile. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 33(83), 516-544.

Fligstein, N. (1996). Markets as politics: a political-cultural approach to market institutions. *American Sociological Review*, 61(4), 656-673. <https://doi.org/10.2307/2096398>

Fligstein, N. (2001). Le Mythe du Marché. *Actes de la Recherche*, 139, 3-12.

Flick, U. (2004). *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Morata.

Fisher, M. (2003). Wall Street Women's "Herstories" in Late Financial Capitalism. En K. Lipartito y D. Sicilia (Eds.), *Constructing Corporate America: History, Politics, Culture* (pp. 294-320). Oxford University Press.

Foucault, M. (1999). Diálogo sobre el poder. En M. Foucault, *Estética, ética y hermenéutica* (pp. 59-72). Paidós.

Foucault, M. (2002). *La arqueología del saber*. Siglo XXI editores.

Fourcade, M. (2007). Theories of markets and theories of society. *American Behavioral Scientist*, 50(8), 1015-1034. <https://doi.org/10.1177/0002764207299351>

Gallaher, C. (2016). "Studying Up" in the Context of Civil War: Understanding Armed Defense of the Status Quo. En L. Aguiar y C. J. Schneider (Eds.),

- Researching Amongst Elites: Challenges and Opportunities in Studying Up* (pp. 49-88). Routledge.
- Gálvez, A. (2004). *Posicionamientos y puestas en pantalla. Un análisis de la producción de sociabilidad en los entornos virtuales* [Tesis de doctorado]. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Gaztambide-Fernández, R. y Howard, A. (2012). Access, status, and representation: Some reflections from two ethnographic studies of elite schools. *Anthropology & Education Quarterly*, 43(3), 289-305. <https://doi.org/10.1111/j.1548-1492.2012.01181.x>
- Godechot, O. (2001). *Les Traders, Essai de Sociologie des Marchés Financiers*. La Découverte.
- Guber, R. (2001). *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Grupo Editorial Norma.
- Hall, S. (2003). Introducción: ¿quién necesita «identidad»? En S. Hall y P. Du Gay (Eds.), *Cuestiones de Identidad Cultural* (pp. 13-39). Amorrortu.
- Hall, S. (2010a). Identidad cultural y diáspora. En E. Restrepo, C. Walsh y V. Vich (Eds.), *Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales* (pp. 349-361). Envió Editores.
- Hall, S. (2010b). Nuevas etnicidades. En E. Restrepo, C. Walsh y V. Vich (Eds.), *Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales* (pp. 305-313). Envió Editores.
- Haraway, D. (1991). *Simians, cyborg and women. The reinvention of nature*. Routledge.
- Harding, S. (1987). Introduction: Is there a feminist method? En S. Harding (Ed.), *Feminism and methodology* (pp. 1-14). Indiana University Press.
- Harré, R. y Van Langenhove, L. (1999). The dynamics of social episodes. En R. Harré y L. van Langenhove (Eds.), *Positioning theory: Moral contexts of intentional action* (pp. 1-14). Blackwell.
- Harrington B. (2017). Studying Elite Professionals in Transnational Settings. En L. Seabrooke y L. F. Henriksen (Eds.), *Professional Networks in Transnational Governance* (pp. 39-49). Cambridge University Press.
- Hassoun J. P. (2006). Emotions on the trading floors; social and symbolic expressions. En K. Knorr y A. Preda (Eds.), *The sociology of financial markets* (pp. 102-120). Oxford University Press
- Henriksen, L. F. y Seabrooke, L. (2021). Elites in transnational policy networks. *Global Networks*, 21(2), 217-237. <https://doi.org/10.1111/glob.12301>

- Hernández, J. (2018). Local and global organisational dynamics in the field of finance. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 13(2), 144-161. <https://doi.org/10.1108/qrom-05-2017-1527>
- Hernández, J. (2021). Construcción social de la economía en organizaciones de la industria de servicios financieros en Chile y el Reino Unido. *Revista Economía y Política*, (33), 104-117. <https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.06>
- Hernández, J. y Espinosa, J. F. (2017). Recruitment and selection devices in financial services companies: Exploring organizational Re-production and legitimacy in Chile and the United Kingdom. *Cuadernos de Administración*, 30(54), 125-154. <https://doi.org/10.11144/javeriana.cao30-54.rsdf>
- Ho, K. (2016). "Studying Up" Wall Street: Reflections on Theory and Methodology. En L. Aguiar y C. J. Schneider (Eds.), *Researching Amongst Elites: Challenges and Opportunities in Studying Up* (pp. 29-48). Routledge.
- Ho, K. (2009). *Liquidated: An Ethnography of Wall Street*. Duke University Press.
- Holmes, D. y Marcus, G. (2005). Cultures Of Expertise And The Management Of Globalization: Toward The Re-Functioning of Ethnography. En A. Ong y S. J. Collier (Eds.), *Global Assemblages: Technology, Politics, and Ethics as Anthropological Problems* (pp. 235-252). Blackwell.
- Keane, W. (2003). Semiotics and the social analysis of material things. *Language and Communication*, 23(3/4), 409-425. [https://doi.org/10.1016/S0271-5309\(03\)00010-7](https://doi.org/10.1016/S0271-5309(03)00010-7)
- Khan, S. (2011). *Privilege: The Making of an Adolescent Elite at St. Paul's School*. Princeton University Press.
- Knorr Cetina, K. y Bruegger U. (2002). Traders engagement with markets. A postsocial Relationship. *Theory, Culture and Society*, 19(5/6), 161-185. <https://doi.org/10.1002/9780470774274.ch7>
- MacKenzie, D. (2016). A material political economy: Automated Trading Desk and price prediction in high-frequency trading. *Social Studies of Science*, 47(2), 172-194. <https://doi.org/10.1177/0306312716676900>
- Marcus, G. (1986). Contemporary Problems of Ethnography in the Modern World System. In J. Clifford y G. Marcus (Eds.), *Writing Culture* (pp. 165-193). University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520946286-010>
- Marcus, G. (2001). Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. *Alteridades*, 11(22), 111-127.
- Marcus, G. (2015). Reflexivity in anthropology. En *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (pp. 88-92). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-097086-8.12139-7>



- Maurer, B. (2006). The anthropology of money. *Annual Review of Anthropology*, 35(1), 15-36. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.35.081705.123127>
- Miller, P. y O'Leary, T. (2007). Mediating instruments and making markets: Capital budgeting, science and the economy. *Accounting, Organizations and Society*, 32(7-8), 701-734. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2007.02.003>
- Miller, P. y Rose, N. (1990). Governing economic life. *Economy and Society*, 19(1), 1-31. <https://doi.org/10.1080/030851490000000001>
- Muniesa, F. (2007). Market technologies and the pragmatics of prices. *Economy and Society*, 36(3), 377-395. <https://doi.org/10.1080/03085140701428340>
- Nader, L. (1972). Up the anthropologist – perspectives gained from studying up. En D. Hymes (Ed.), *Reinventing anthropology*. Random House.
- Orléan, A. (1999). *Le pouvoir de la finance*. Odile Jacob.
- Ortiz, H. (2020). A political anthropology of finance: Studying the distribution of money in the financial industry as a political process. *Anthropological Theory*, 21(1), 3-27. <https://doi.org/10.1177/1463499620951374>
- Pinçon, M. y Pinçon-Charlot, M. (1989). *Dans les beaux quartiers*. Seuil.
- Pinçon, M. y Pinçon-Charlot, M. (1996). *Grandes fortunes: dynasties familiales et formes de richesse en France*. Payot & Rivages.
- Pinçon, M. y Pinçon-Charlot, M. (2021). *Notre vie chez les riches. Mémoires d'un couple de sociologues*. Zones.
- Plihon, D. (2000). *La monnaie est ses mécanismes*. La découverte.
- Plihon, D., Couppey-Soubeyran J. y Saidane D. (2006). *Les Banques, acteurs de la globalisation financière*. La documentation française.
- Preda, A. (2009). *Framing Finance: The Boundaries of Markets and Modern Capitalism*. University of Chicago Press.
- Said, E. (2004). *Orientalismo*. Random House Mondadori.
- Savage, M. y Williams, K. (2008b). Elites: Remembered in capitalism and forgotten by social sciences. *The Sociological Review*, 56(1\_suppl), 1-24. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954x.2008.00759.x>
- Shore, C. (2002). Introduction: towards an anthropology of elites. En Shore, C. y Nugent, S. (Eds.), *Elite cultures: Anthropological perspectives*. Routledge.
- Stark, D. (2013). Observing Finance as a Network of Observations [JB]. *Sociologica*, (2), 21-25.



- Tirado, F. y Gálvez, A. (2007). Positioning Theory and Discourse Analysis: Some Tools for Social Interaction Analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 8(2), 224-251. <https://doi.org/10.17169/fqs-8.2.248>
- Wolff, S. (2004). Ways into the Field and their Variants. En U. Flick, E. von Kardorff y I. Steinke (Eds.), *A Companion to Qualitative Research* (pp. 193-201). Sage Publications.
- Zabala, X. (2009). Lógicas de subjetivación en las nuevas formas de organización laboral: los traders en las organizaciones financieras. En N. Golubov y R. Parrini (Coord.), *Los contornos del mundo: Globalización, subjetividad y cultura* (pp. 191- 217). UNAM – CISAN.
- Zabala, X. (2018). La performatividad de lo masculino hegemónico como producción del sujeto especulador: segregación y disputa en Mesas de Dinero de bancos. En C. Mora, A. Kottow, V. Osses & M. Ceballo, (Eds.), *El género furtivo: la evidencia interdisciplinar del género en el Chile actual* (pp. 159-175). LOM Editores.
- Zabala, X. Sir, N. y Gálvez, M. (2021). ¿Meritocracia en el trabajo? Ensamblajes sociotécnicos y gobierno en mesas de dinero. En R. Moretti y J. Contreras (Eds.), *Merito y Meritocracia. Paradojas y promesas incumplidas* (pp. 255-282). Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Zaloom, C. (2006). *Out of the pits: traders and technology from Chicago to London*. University of Chicago Press.