



REVISTA DE CIÉNCIAS SOCIAIS

Civitas - Revista de Ciências Sociais

ISSN: 1519-6089

civitas@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio

Grande do Sul

Brasil

Ossandón, José; Ariztía, Tomás; Barros, Macarena; Peralta, Camila  
Contabilidad en los márgenes: Ecologías financieras entre big y small data  
Civitas - Revista de Ciências Sociais, vol. 17, núm. 1, enero-abril, 2017, pp. e1-e26  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Porto Alegre, Brasil

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74250859007>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

***ENCARTE DIGITAL***

**Contabilidad en los márgenes**  
Ecologías financieras entre big y small data\*

***Accounting in the margin***

*Financial ecologies in between big and small data*

*José Ossandón\*\**

*Tomás Ariztía\*\*\**

*Macarena Barros\*\*\*\**

*Camila Peralta\*\*\*\*\**

---

**Resumen:** Los estudios sociales sobre las finanzas domésticas pueden clasificarse en dos tipos: investigaciones enfocadas al estudio de “dispositivos de mercado” (tales como *scorings* y tarjetas de crédito) utilizados por compañías financieras, e investigaciones que analizan las nuevas prácticas y modos de “cálculo cotidiano” desarrollados por los usuarios de los servicios financieros alrededor del mundo. Este artículo es parte de un proyecto mayor que busca abrir un camino diferente, que intenta situar a los estudios sociales de las finanzas domésticas en la intersección donde ambos tipos de cálculo

---

\* Originalmente preparado en inglés para el libro *Money at the margins: global perspectives on technology, inclusion & design*, editado por Bill Maurer, Smoki Musaraj e Ivan Small, actualmente en proceso de evaluación editorial. Este trabajo es resultado del proyecto de investigación “Ecologías financieras y circuitos comerciales de las tarjetas de crédito del retail en Santiago de Chile” financiado por The Institute for Money, Technology and Financial Inclusion of the University of California, Irvine. Agradecemos por el tiempo y ayuda brindados por quienes amablemente aceptaron compartir su información y prácticas crediticias para este proyecto. Nuestros agradecimientos también para Orsi Husz, Morten Knudsen, Bill Maurer, Smoki Musaraj, Taylor Nelms, Trine Pallesen y Viviana Zelizer por sus comentarios y consejos.

\*\* PhD en Cultural Studies en Goldsmiths (University of London, London, UK). Assistant Professor, Department of Organization, Copenhagen Business School, Frederiksberg, Denmark <[jo.ioa@cbs.dk](mailto:jo.ioa@cbs.dk)>.

\*\*\* PhD en sociología por la London School of Economics and Political Science (LSE, London, UK). Profesor Asociado, Escuela de Sociología, Universidad Diego Portales, Santiago, Chile <[tomas.ariztia@udp.cl](mailto:tomas.ariztia@udp.cl)>.

\*\*\*\* Licenciada en Antropología, Universidad de Chile, Santiago, Chile. Asistente de investigación, Instituto de Investigación en Ciencias Sociales, Universidad Diego Portales, Santiago, Chile <[macarena.barros.montero@gmail.com](mailto:macarena.barros.montero@gmail.com)>.

\*\*\*\*\* Magister en Métodos para la Investigación Social, Universidad Diego Portales, Santiago, Chile. Asistente de investigación, Instituto de Investigación en Ciencias Sociales, Universidad Diego Portales, Santiago, Chile <[camila.peralta@mail\\_udp.cl](mailto:camila.peralta@mail_udp.cl)>.

–los *big data* de los dispositivos de mercado y el *small data* de los cálculos financieros cotidianos–, puedan ser observados de manera conjunta. Más específicamente, este artículo discute algunos de los desafíos metodológicos enfrentados en esta nueva posición, en particular como usamos las huellas dejadas por el *big data* y cómo hemos lidiado con un tipo de circuito comercial inesperado.

**Palabras clave:** Ecologías financieras. Estudios sociales de las finanzas. Tarjetas de crédito. Chile. Métodos de investigación social.

**Abstract:** Social studies of finance can be split in two types: studies that have paid attention to “market devices” (such as scorings and credit cards) enacted by financial firms and studies that analyze new practices and modes of “ordinary calculation” developed by consumers of financial services around the world. This article is part of a broader project that aims at opening a different path that locates social studies of domestic finances at the intersection where both kinds of calculation – the big data of market devices and the small data of ordinary financial practices- can be simultaneously observed. More specifically, this article discusses some of the methodological challenges faced from this new position, particularly, how we used some of the traces left by big data and how we dealt with an surprising “commercial circuit” founded in our material.

**Keywords:** Financial ecologies. Social studies of finance. Credit card. Chile. Social research methods.

---

## Introducción

En los últimos años, investigadores provenientes de una variada gama de disciplinas académicas (tales como antropología, historia, geografía y sociología) han comenzado a prestar un creciente interés en el análisis empírico de las finanzas. Estos desarrollos no han operado paralelamente, pero han constituido un nuevo campo académico multidisciplinario en ocasiones llamado Estudios Sociales de las Finanzas (ESF) (Knorr Cetina y Preda, 2012). Los ESF pueden ser caracterizados por algunos énfasis compartidos, particularmente por un enfoque etnográfico y una sensibilidad especial hacia los dispositivos y ensamblajes socio-técnicos. Simultáneamente, desde la industria financiera y la discusión global sobre políticas de desarrollo, una creciente atención se ha comenzado a dedicar a asuntos como educación financiera, infraestructuras de pago y nuevos productos bancarios dirigidos a aquellos que están *en la base de la pirámide* (Collins et al., 2009). El presente artículo contribuye a la creciente literatura situada en la intersección de estas dos trayectorias, en donde la atención se orienta al estudio de la creciente industria de servicios y políticas financieras orientadas a usuarios previamente excluidos de las finanzas formales (Elyachar, 2010; Guérin et al., 2013; Langley, 2014; Maurer, 2012; Ossandón, 2012).

Los estudios sociales existentes sobre las “low finance” o finanzas domésticas pueden clasificarse en dos tipos. Por un lado, aquellas investigaciones que estudian los cambios en las prácticas económicas de quienes enfrentan nuevos tipos de productos y tecnologías financieras (por ejemplo, Müller, 2014; Villarreal, 2014; Wilkis, 2014). Por otro lado, investigaciones que han estudiado las tecnologías y prácticas de las empresas financieras orientadas a nuevos consumidores (Deville, 2013; Poon, 2011). Si tomamos los términos asociados al trabajo de Michel Callon y Florence Weber como parámetros, podemos decir que la investigación en esta área se divide entre quienes estudian dos formas de conocimiento y prácticas financieras diferentes, los “dispositivos de mercado” (Muniesa et al., 2007) (tales como *scorings*, tarjetas de crédito, o experimentos de recolección de deudas) desarrollados por compañías financieras, y, aquellos que analizan los nuevos modos de “cálculo cotidiano” (Weber, 2009) desplegados por usuarios financieros alrededor del mundo. Este artículo intenta unir ambos niveles. Creemos que los estudios sociales de las finanzas domésticas no sólo deben orientarse a la producción de estudios detallados sobre usuarios y servicios financieros, sino que también deben asumirse como uno (entre otros, por ejemplo los *policy makers* encargados de educación financiera) de los canales que conectan ambos lados. En otras palabras, el sitio que ocupan los estudios sociales de las finanzas domésticas es donde los dos tipos de cálculos –los *big data* de los dispositivos de mercado y el *small data* de los cálculos financieros cotidianos–, pueden ser observados de manera conjunta.

Mientras en otras publicaciones hemos tratado de desarrollar conceptos para teorizar esta nueva posición epistemológica (Ossandón, 2017), el presente artículo se centra en algunos de los desafíos metodológicos que esta posición conlleva. Más específicamente, el artículo describe las estrategias metodológicas que hemos desarrollado con el fin de abordar dos problemas: cómo re-utilizando uno de los objetos más mundanos de las finanzas cotidianas, los estados de cuenta mensuales –aprovechamos el hecho de que las tarjetas de crédito son también instrumentos de producción de datos sociales; y cómo visualizamos analógicamente un inesperado hallazgo, redes de préstamo de tarjetas de crédito. El capítulo consta de cuatro partes, una dedicada a cada desafío, una breve conclusión y una breve introducción del contexto de nuestro caso de estudio.

## **Contexto: el crédito del *retail* en Chile**

Los créditos de consumo tienen una amplia presencia en la vida económica de los chilenos. Basta ir a cualquier centro comercial, supermercado, o incluso, centro médico o universidad para darse cuenta que es posible comprar casi

todo con algún tipo de préstamo. Como la Encuesta Financiera del Banco Central 2011-2012 (Banco Central, 2013) muestra, mientras el 58.3% de los hogares chilenos posee algún tipo de deuda de consumo, el 43.5% mantiene una deuda asociada a tarjetas de crédito ofrecidas por las grandes tiendas, o el *retail*, tal como se llama al sector en Chile. Los créditos de consumo no solo prevalecen en hogares de clase media, normalmente asociados en la prensa al consumismo y sobrendeudamiento, sino también en hogares de bajo y alto ingreso. Por supuesto, Chile no es el único lugar donde los créditos de consumo, y particularmente, las tarjetas de crédito, han visto un crecimiento significativo en las últimas décadas. Sin embargo, el caso chileno muestra una importante peculiaridad: el acceso a los créditos no ha sido impulsado por bancos (como en USA Guseva & Rona-Tas, 2001) ni por instituciones financieras especializadas (como en Francia, Ducourant, 2009), sino principalmente por *retailers* tales como supermercados y casas comerciales. Como se resume en otro parte:

En un país con una población de alrededor de 17 millones, la cantidad de tarjetas de crédito bancarias aumentó desde 1.310.325 en 1993 a 4.499.627 en 2007, mientras que las tarjetas de crédito del *retail* se expandieron desde 1.350.000 a 19.273.919 en el mismo periodo (Montero and Tarziján, 2010) [...] En el Chile de hoy, las tarjetas del *retail* no se utilizan simplemente para obtener crédito a plazo, sino que también pueden ser usadas como tarjetas de crédito en una creciente red de tiendas asociadas y como medio para obtener “avances de dinero en efectivo” y otros préstamos personales. En un país donde una parte importante de la población no posee una cuenta bancaria, las tiendas se están transformando en un punto de entrada principal para el financiamiento personal (Ossandón, 2014, p. 430).

Como las tarjetas de crédito bancarias en USA (Montgomerie, 2006) o el *mobile money* en África (Maurer et al., 2013), el crédito de casas comerciales ha transformado el paisaje financiero enfrentado por quienes previamente estaban excluidos del sistema financiero formal en Chile. Este capítulo discute las dificultades que encontramos durante el desarrollo de un proyecto de investigación que buscó estudiar las nuevas “ecologías financieras” enfrentadas por chilenos de bajos ingresos en el contexto de la rápida expansión del crédito de las casas comerciales.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ecologías financieras es un término usado por el geógrafo Andrew Leyshon y sus colegas (2004, 2006) para referir a la desigual distribución espacial de la inclusión financiera. Tal como ellos argumentan, una revisión etnográfica minuciosa puede mostrar que tras las estadísticas agregadas – tanto nacionales como regionales– es posible encontrar “ecologías financieras” locales. En la misma ciudad, puede haber sectores de súper inclusión – áreas con muchas y variadas sucursales bancarias, cuyos habitantes tranquilamente pasen las

## Primer desafío: en búsqueda de las huellas del *big data*

La expansión del crédito de consumo en Chile no ha sido invisible para los investigadores sociales (Ossandón, 2011). Hacia fines de la década de los noventa, el sociólogo Tomás Moulian (1998) publicó un ensayo crítico discutiendo los efectos colaterales de un creciente acceso al consumo que no se basaba en una mejora de salarios ni condiciones laborales, sino que en la expansión del crédito. Una década más tarde, una encuesta nacional mostró que los chilenos tienen una relación dual con los créditos de consumo. Aunque estos son vistos como una llave de acceso a bienes que, de otra forma, son inaccesibles, las deudas son una fuente permanente de estrés (Barros, 2009). Barros (2011) cualitativamente complementó esta imagen documentando cómo el uso de créditos de consumo es experimentado como un a veces doloroso-proceso de aprendizaje. Más recientemente, Ossandón (2014) utilizó entrevistas con informantes clave y expertos de la industria para reconstruir la historia socio-técnica del préstamo de créditos de consumo en la industria del *retail* en Chile.

Al intentar reconstruir las prácticas financieras de las personas, dos parecen ser los métodos preferidos utilizados por los investigadores sociales. Por un lado, como Barros (2009) y Barros (2011), algunos han utilizado entrevistas individuales y grupales para acceder a las formas en que sus informantes hacen sentido de sus relaciones con los servicios y bienes financieros. Por otro lado, organismos reguladores han desarrollado encuestas financieras – tal como la ya mencionada encuesta de hogares financiada por el Banco Central de Chile – para desarrollar indicadores estadísticos (por ejemplo, la razón deuda-ingreso) que permitan orientar las políticas económicas. Sin negar que buena investigación puede ser (y ha sido) llevada a cabo con estos dos tipos de instrumentos, es claro que estos métodos presentan importantes limitaciones. Los estudios centrados en la percepción subjetiva tienden a perder el detalle de las transacciones financieras y, por otra parte, las encuestas financieras extrapolan demasiada información de una sola visita y sus datos son limitados a las alternativas pre-delimitadas en cuestionarios cerrados. Una técnica intermedia, más exitosa y crecientemente influyente son los diarios financieros desarrollados por los autores del libro *Portfolios of the poor* (Collins et al.,

---

evaluaciones crediticias ideadas por los distintos tipos de instituciones financieras – y áreas donde las sucursales son escasas y donde aún es posible hallar prácticas financieras que parecen “relicias” – tales como prestamistas ambulantes o asociaciones de ahorro rotativo. En nuestro caso, decidimos estudiar las formas en que el crédito de casas comerciales, en áreas de bajos ingresos en la ciudad capital de Chile, Santiago, está complementando y/o alterando las prácticas financieras existentes.

2009). Sin embargo, inclusive los diarios son muy limitados si son comparados con la cantidad de información recogida por las propias tarjetas de crédito.

En la actual *Big Data Society* (Savage y Burrows, 2014), la producción de información social cuantitativa no sólo surge de agencias estatales o departamentos académicos de investigación en ciencias sociales, sino que crecientemente de organizaciones privadas tales como agencias de crédito, comercio online, motores de búsqueda o sitios de redes sociales. En este contexto, las tarjetas de crédito son objetos de investigación especialmente interesantes. Como el dinero (Luhmann, 1982), las tarjetas de crédito enlazan actividades económicas actuales y futuras, pero también, como una muy eficiente encuesta, recogen y archivan información de cada transacción en que son utilizadas. En el lenguaje de los recientes estudios sociales de las finanzas, las tarjetas son “dispositivos de mercado” (Muniesa et al., 2007), objetos localizados en complejos ensamblajes socio-técnicos donde la información transada y los, más o menos sofisticados, mecanismos de medición de riesgos, juegan un importante rol en la evaluación, selección y valoración de los créditos (Leyshon y Thrift, 1999; Poon, 2011; Stearns, 2011).

El actual *datascape* (Latour, 2011) ha sido interpretado como un desafío para los científicos sociales (Savage y Burrows, 2007), que se han visto obligados a buscar nuevas maneras de hacerse útiles en un contexto donde ellos ya no son los principales productores de datos sociales. Por ejemplo, un creciente esfuerzo se está llevando a cabo en rastrear y re-ensamblar la información social elaborada por los productores de *big data* (Marres y Weltevrede, 2013; Savage, 2009; Latour et al., 2012). Estas estrategias, ciertamente, no están libres de problemas. Generalmente *big data* es también *private data*. El acceso es muy restringido, y la investigación tiende a limitarse a posteriori a una “ingeniería inversa” de las huellas dejadas por los algoritmos de búsqueda on-line (Deville, 2013). Al mismo tiempo, y a pesar de su vastedad, los datos recogidos por las empresas privadas no siempre cumplen los criterios de calidad requeridos por la investigación académica (Rona-Tas y Hiss, 2010), o bien, pueden ser demasiado estructuradas para el tipo de preguntas planteadas por la investigación social cualitativa.

Entonces, ¿cómo debemos aproximarnos a las prácticas financieras cotidianas en la era de los *big data*? O, dicho en términos más prácticos, ¿cómo podemos aprovechar el hecho de que objetos de las prácticas financieras mundanas, como las tarjetas de crédito, son también instrumentos de recopilación de datos, sin, por otra parte, limitarnos a reproducir información ya conocida en la industria, ni perder el tipo de preguntas conceptuales que nos inspiran? Con la buena suerte de un detective aficionado, encontramos la

solución a nuestro dilema en un objeto muy cotidiano: los estados de cuenta mensuales.

### ***Estados de cuenta***

Possiblemente como una consecuencia de las privatizaciones masivas llevadas a cabo desde los años setenta, o quizás incluso desde antes, el correo no es un servicio muy presente en la vida cotidiana de las y los chilena/os. Rara vez enviamos cartas a nuestros amigos o familiares, ni siquiera en Navidad, y, en consecuencia, las oficinas de correos e incluso buzones son bastante difíciles de encontrar. El servicio postal, sin embargo, aún lleva a cabo un rol importante: es el principal medio para distribuir estados de cuenta. Mensualmente, cada hogar recibe cartas con facturas provenientes de compañías proveedoras de agua, electricidad, teléfono, TV cable, internet, cuentas bancarias y... tarjetas de crédito de supermercados y casas comerciales.

La figura uno es un estado de cuenta anonimizado de *Más*, la tarjeta de crédito aceptada en las tiendas que conforman la red comercial de Cencosud, uno de los más grandes *retailers* en América Latina.<sup>2</sup> En el momento del trabajo de campo para este estudio, había más de dos millones y medio de tarjetas *Más* activas en Chile. Con el fin de ilustrar el tipo de información contenida en las facturas de tarjetas de crédito, los siguientes párrafos describen la información incluida en la factura de la figura. Los lectores que ya estén familiarizados con este tipo de documento pueden pasar directamente a la próxima sección.

En la parte superior izquierda del estado de cuenta hay un cuadro que entrega información sobre el periodo de esta factura específica (hasta el 20 de julio de 2011); el cupo total de crédito asignado a esta tarjeta (Ch\$1.258.000 – en ese momento, 1 US dólar estaba alrededor de unos 500 pesos chilenos, por lo tanto, cercano a los US\$2.500); la deuda acumulada (Ch\$853.421), y el crédito disponible (Ch\$404.579), las tasas de interés, la próxima fecha de facturación (22 de agosto de 2011) y, en letras más pequeñas, un promedio – en UF, una unidad indexada a la inflación utilizada en las transacciones financieras en Chile de los últimos tres meses de transacciones. A continuación, hay dos cuadros más pequeños con anuncios publicitarios. El cuadro de la izquierda muestra la etiqueta de Néctar, indicando que *Más* es parte de este

<sup>2</sup> Cencosud es, en términos de ventas, el mayor *retailer* latinoamericano y número 51 en el mundo (Deloitte, 2014). Cencosud es lo que en Chile se conoce como un *multi-retailer* (Calderón, 2006), una compañía de múltiples divisiones constituida por empresas que forman parte de un circuito completo del retail, que incluye supermercados, casas comerciales, tiendas de mejoramiento del hogar, bancos, y aseguradoras, todas conectadas con su propio medio de pago, en este caso, *Más*.

**Figura 1.** Ejemplo de estado de cuenta mensual tarjeta de crédito del *retail*



programa global de fidelización, mientras que el cuadro de la derecha recuerda a los clientes acerca de los “descuentos exclusivos” disponibles sólo para los titulares de tarjetas.

El cuadro de abajo contiene una tabla que detalla las transacciones en cinco columnas. La primera columna indica, aunque de manera ligeramente codificada, el lugar donde la transacción se llevó a cabo (por ejemplo, Alam significa Alameda, avenida principal de Santiago, oficialmente nombrada Avenida Libertador General Bernardo O’Higgins, o OECT para una tienda

ubicada en un gran centro comercial llamado Plaza Oeste). La segunda columna marca las fechas de las transacciones y la tercera el monto de cada una de ellas (Ch\$132.025, Ch\$346.780...). La cuarta columna se llama *descripción* y detalla los tipos de transacciones. Por ejemplo, la primera fila dice *monto cancelado* lo que significa que en esa fecha el cliente ha pagado Ch\$132.000 de su deuda anterior. La segunda y tercera fila dicen *Electrónica Mayor*, mientras que el cuarto refiere a los aparatos electrodomésticos. El sexto, séptimo y octavo son compras en las dos cadenas de supermercados, Jumbo y Santa Isabel, donde *Más* puede ser utilizada como medio de pago. Las filas cinco y siete dicen *avances*, lo cual significa que el/la cliente/a utilizó la tarjeta para retirar un préstamo de dinero en efectivo, y las últimas cuatro filas describen los costos asociados al uso de la tarjeta (seguro de protección de pagos, intereses, impuestos al crédito, y costos de administración). Las últimas dos columnas del mismo cuadro describen las *cuotas*. La cuarta columna incluye el número total de cuotas y aquellas ya pagadas (por ejemplo, 20 de 24, 18/24, 12/12) y la última columna el monto de dinero asociado a cada cuota (Ch\$17.514, Ch\$20.168...). Con esta información, es posible entender cada transacción. Consideremos por ejemplo la segunda fila de la tabla: el 8 de noviembre de 2009, esta tarjeta fue usada para comprar equipamiento electrónico en el centro comercial Plaza Oeste por Ch\$348.780. Esta compra se dividió en 24 cuotas mensuales de Ch\$20.168 cada una, 18 de las cuales ya han sido canceladas. O la quinta fila: el 25 de octubre de 2010, la misma tarjeta fue usada para girar un avance en efectivo de Ch\$420.000 que debe ser pagado en 18 cuotas mensuales de Ch\$33.017 cada una.

Aún en el mismo recuadro, pero más abajo, hay dos recuadros más pequeños. El primero menciona que CAT (la empresa parte de Cencosud encargada de la administración de *Más*) ha transferido parte de los créditos vinculados a esta tarjeta al banco del grupo Banco París, la segunda recuerda a los clientes que ellos están obligados a informar en caso de cambios en sus datos personales y financieros. Más abajo, hay un cuadro con una fila y siete columnas informando acerca de los próximos pagos mensuales (septiembre de 2011: Ch\$95.579, octubre de 2011: Ch\$90.580...). Por el lado derecho, otro recuadro entrega aún más información adicional (los cargos totales para el mes en curso, el saldo del mes anterior, la suma de estos dos últimos, el pago mínimo aceptado, y la fecha de vencimiento). Finalmente, la última franja horizontal en la página incluye dos anuncios, el primero muestra una tienda donde es posible obtener un descuento usando *Más* y el segundo promueve una póliza de seguro contra el “robo de bolsa de mano” o carteras.

## ***Cuentas que hablan***

A pesar de sus distintos diseños gráficos, los estados de cuenta distribuidos mensualmente por las diferentes compañías del retail en Chile no difieren mayormente del recién descrito. Puede incluso argumentarse que estos no difieren mucho de cualquiera de las facturas que circulan en otros países. Como en el ejemplo, los estados de cuenta, al igual que un diario financiero, incluyen información detallada de cada transacción crediticia realizada con una tarjeta dada. Por lo tanto, pensamos que – en una forma similar al método de recolección de datos conocido como *photo elicitation* (Harper, 2002), en que objetos como fotografías u otros tipos de estímulo visual son usados para gatillar discusiones en entrevistas – los estados de cuenta podrían convertirse en un instrumento para iniciar una conversación acerca de las prácticas financieras.

La situación de la entrevista era algo así: nos reunimos en los hogares de nuestros/as informantes y les preguntamos si ellos podrían ser tan amables de compartir con nosotros los estados de cuenta de sus tarjetas de crédito. Por supuesto, los estados de cuenta podrían considerarse documentos privados y, comprensiblemente, pensamos que no todos estarían dispuestos a compartirlos, por lo que se hizo necesario contar primero con la confianza necesaria. De acuerdo al compromiso ético acordado para esta investigación, en cada ocasión explicamos que garantizamos el total anonimato y que no íbamos a mantener o registrar las facturas, con la excepción de algunas fotografías anónimas. Explicamos que estábamos en busca de algo distinto; desarrollar una conversación donde pudieran contarnos la historia de cada transacción y donde los estados de cuenta fueran usados como un tipo de memoria externa proveedora de los “datos duros” (fechas, montos, lugares de compra) desde donde pudiéramos comenzar una conversación más amplia. Afortunadamente, la mayor parte de la gente visitada estuvo muy dispuesta a compartir los estados de cuenta de sus tarjetas de crédito y a comenzar una conversación. Pero luego encaramos otra dificultad, esta vez más práctica. No todos conservaban los estados de cuenta pasados. Algunos eran particularmente meticulosos y archivaban todo. Pero otros solo tenían sus últimas facturas, o bien, con el fin de colaborar a nuestro proyecto, recién habían comenzado a guardarlas luego de habérselas solicitado.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Algunos incluso acordaron tratar de recuperar algunos de los estados de cuenta pasados y fueron a las tiendas comerciales a solicitarlos. Desafortunadamente, este último objetivo no funcionó muy bien, porque los miembros del personal que los recibía no les ofrecieron ninguna ayuda. Desconocemos la razón de esto. Es posible que tuviera que ver con razones

Sin embargo, incluso en aquellos casos donde sólo pudimos acceder a los estados de cuenta más recientes, había mucha información en base a la cual la conversación podía comenzar a desarrollarse. Como ya se ha mencionado, los estados de cuenta de las tarjetas de crédito no sólo poseen datos de transacciones realizadas en el mes incluido en el periodo de facturación, sino que también tienen información de todos los préstamos activos. En otras palabras, pese que no podemos afirmar que estamos reconstruyendo la historia completa de las transacciones llevadas a cabo con cada tarjeta, como pueden hacerlo los emisores de crédito, con los estados de cuenta podemos obtener una descripción detallada de las transacciones pasadas desde donde iniciar una conversación. Al mismo tiempo, a diferencia de los emisores de crédito que sólo pueden acceder a los detalles de las transacciones realizadas con la tarjeta de su compañía, nosotros pudimos ver y reconstruir las historias de las transacciones realizadas con tarjetas de diferentes tiendas y otras fuentes de crédito utilizadas por las y los informantes.

Y entonces nos sentamos, por ejemplo, en el living o la cocina escuchando la historia de cada una de las transacciones mencionadas en los estados de cuenta, y así es como reconstruimos las prácticas crediticias de 12 hogares diferentes localizados en tres áreas de Santiago de bajos ingresos y baja inclusión financiera.

### *Contabilidad en los márgenes*

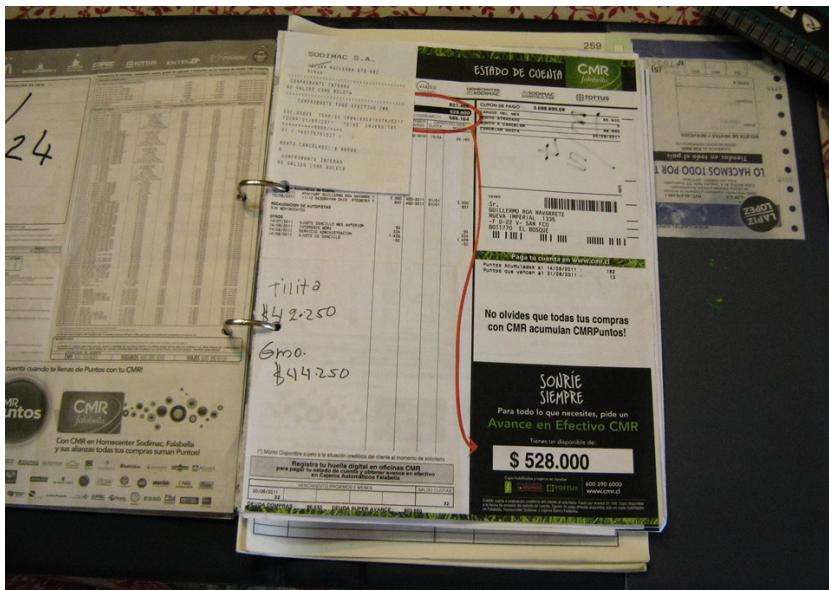
Como las tarjetas de crédito, los estados de cuenta resultaron ser objetos cotidianos interesantes en sí mismos. Como muestran las siguientes imágenes, las facturas son a veces consideradas documentos importantes que deben ser cuidadosamente archivados.<sup>4</sup> Las facturas pueden también pasar a ser “dispositivos de cálculo” en su propio mérito. Como se muestra en las notas

prácticas, por ejemplo, que la gente de la tienda comercial no sabía cómo recuperar estados de cuenta pasados, o, también podría relacionarse con la política de datos de los retailers. En Chile, los bancos están obligados a registrar cada préstamo que emiten en un sistema de datos centralizado donde otros bancos pueden ver la carga crediticia sostenida por sus actuales o potenciales clientes. Los centros comerciales, en cambio, están obligados solamente a compartir lo que usualmente es llamado información “negativa” – o datos sobre préstamos vencidos – a las principales agencias de información crediticia del país. Algunos reguladores y representantes de los sectores de la banca han estado presionando durante años para cambiar la regulación actual y hacer que ambos, bancos y casas comerciales, compartan información positiva y negativa. Los representantes de las tiendas se han defendido argumentando que tal cambio sería una expropiación ilegítima de las bases de datos que ellos han estado recolectando durante años. En otras palabras, como a menudo sucede con los recolectores de *big data*, las casas comerciales ven la información sobre sus clientes como uno de sus principales activos.

<sup>4</sup> La función mnémica de los estados de cuenta se está haciendo cada vez menos relevante en la medida que el *online banking* se expande. Sin embargo, este servicio no era utilizado por las personas que entrevistamos. Investigaciones futuras podrían seguir esta transición.

manuscritas en la parte superior de la figura 1, los estados de cuenta también son usados como papel donde ejecutar nuevos cálculos. Las facturas no son sólo una copia impresa de transacciones pasadas, sino que también juegan un rol importante –junto a las listas de compras y las calculadoras en los teléfonos celulares (Cochoy, 2007)– en la planificación del presupuesto del hogar. En otras palabras, los estados de cuenta no son sólo huellas dejadas tras la recolección de *big data* que los oferentes de crédito llevan a cabo cada vez que usamos una tarjeta, sino que también son dispositivos de cálculos cotidianos (Weber, 2009).

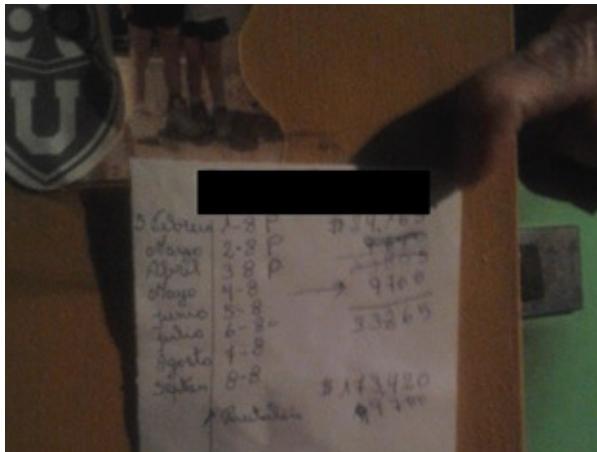
**Figura 2.** Foto archivador de estados de cuenta



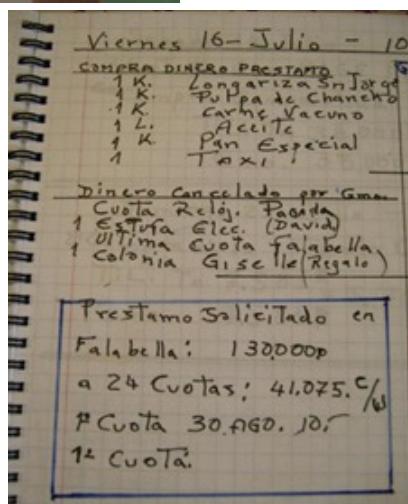
Ciertamente, los créditos de consumo no hacen los cálculos económicos del hogar más sencillos. Nuestros informantes no solo deben organizar sus gastos e ingresos cada mes, sino que también deben considerar las diferentes temporalidades asociadas a cada transacción crediticia. En el estado de cuenta del ejemplo, hay transacciones usando 24, 12, 18 y 6 cuotas, todas comenzando en meses distintos, con algunas asociadas a la compra de determinados productos (equipos electrónicos o productos para el hogar), y otras asociadas al préstamo de dinero en efectivo. La complejidad se multiplica si consideramos que la mayoría de las personas con las que conversamos usa tarjetas de tres,

cuatro o cinco tiendas de manera simultánea. ¡Mucho por calcular! De hecho, encontramos otros instrumentos que ayudan en este proceso. La figura 3 muestra un pequeño trozo de papel pegado a la pared cuyo rol es recordar sobre las cuotas pagadas y pendientes. La imagen 4 es una página del cuaderno de cuentas usado en otro hogar que describe en detalle las formas en las que un préstamo en efectivo de una suma considerable (Ch\$1.300.000) fue gastado.<sup>5</sup>

**Figura 3.** Foto ayuda memoria deudas



**Figura 4.**  
Foto cuaderno



<sup>5</sup> Nótese que la palabra *cuota* se menciona dos veces en la imagen, lo que significa que el crédito fue usado, entre otras cosas, para pagar cuotas de transacciones anteriores.

## Segundo desafío: un hallazgo inesperado

Nuestro primer desafío metodológico fue acceder a la abundante memoria de transacciones registradas por las tarjetas de crédito, sin reproducir simplemente la información producida por la industria. Encontramos en los estados de cuenta mensuales un muy buen instrumento. Con ellos pudimos acceder a la historia de cada tarjeta e iniciar una conversación enfocada en la re-construcción de las historias asociadas a cada transacción. Al mismo tiempo, las facturas resultaron ser instrumentos útiles en sí mismos, ya que eran usados para calcular el presupuesto del hogar y las obligaciones financieras. Estos cálculos no sólo giran alrededor de los muchos números impresos en los estados de cuenta, sino que también consideran números escritos a mano en los márgenes. Esta “contabilidad en los márgenes”, sin embargo, no sólo se usa para entender los números en las facturas, sino que también abren un tipo de historia diferente.

*Ponte tú me sale la letra \$10.200, yo le doy las 11 o 12 lucas [mil] a mi mamá, siempre le doy demás, porque igual a mi mami le cobran lo que es timbre, envío, derecho a la tarjeta y cuanta wedá que te ponen, que mil y tanto de esto, mil quinientos de lo otro, entonces igual a mi papá siempre le están cobrando 5 lucas demás, entonces ahí yo siempre le doy demás a mi mami (Patricia).*

*La Flor, mi vecina, se demoraba en pagar, entonces ahora ya no las presto, porque después se demoran mucho en pagar y tengo que pagar todo yo. Y después te friegan con la tarjeta (Luisa).*

La primera cita muestra que Patricia (los nombres han sido cambiados para mantener el anonimato de nuestros informantes) está preocupada por algo que inquieta a muchos usuarios de tarjetas de casas comerciales en Chile. Es muy difícil calcular por adelantado el costo real de cada cuota, ya que cada emisor de tarjeta no solo cobra el préstamo (el precio del producto más la tasa de interés asociada), sino que también cobra varios cargos asociados al mantenimiento administrativo de la tarjeta más varias pólizas de seguros. Pero la preocupación de Patricia con estos cargos no solo tiene relación con su intento por limitar sus gastos, sino que también con establecer cuánto le debe a su madre, Lidia, la persona bajo cuyo nombre está la tarjeta utilizada. Luisa, por su parte explica que ya no permite que su vecina use su tarjeta de crédito ya que demora mucho en pagarle, lo que hace que Luisa deba enfrentar cargos por retrasos en los pagos.

Nuestros informantes, en otras palabras, no solo usan las tarjetas de crédito registradas a su nombre, sino que también piden prestadas (y prestan), tarjetas de casas comerciales a alguien más. Hay varias razones para este comportamiento que a primera vista puede parecer extraño. Aun cuando las políticas de las casas comerciales son mucho más inclusivas que las de otras instituciones financieras como los bancos, algunas personas con las que hablamos no tienen acceso a tarjetas de casas comerciales.<sup>6</sup> La mayor parte de las veces, estas personas tuvieron tarjetas de crédito, pero no pagaron deudas y fueron registrados como “morosos” en los registros de deudores impagos y por tanto rechazados como nuevos clientes. Las personas en esta situación le pueden pedir a un amigo, vecino o familiar el préstamo de la tarjeta cuando necesitan comprar algo que no podrían pagar si no fuese en cuotas. También es posible que una persona que tenga tarjetas de crédito de algunas tiendas necesite usar la tarjeta de otra tienda. Por ejemplo, para beneficiarse de alguna oferta limitada sólo a los clientes que posean la tarjeta de una determinada empresa, una práctica de marketing común de las tiendas chilenas. Otra posibilidad es que aun cuando se tenga esa tarjeta en particular, el límite del crédito no sea suficiente para comprar algún producto particularmente costoso (por ejemplo, un televisor nuevo). Debido a los métodos de evaluación del comportamiento crediticio usado por los *retailers* chilenos, el límite del crédito disponible de una tarjeta aumenta con los pagos hechos a tiempo. En este sentido, prestar una tarjeta puede traer como efecto colateral el aumento del crédito disponible.

En nuestro estudio encontramos muchas historias como las de Patricia y Luisa. Estas historias, similares a las descritas recientemente por Wilkis (2014) en Argentina y Müller (2014) en Brasil, no se ajustan necesariamente a las categorías tradicionales asociadas a los estudios de las finanzas populares. No es exactamente exclusión financiera o crédito informal, como en las Roscas o asociaciones de crédito rotativo. Tampoco son finanzas puramente formales. Las historias escritas a mano registradas parcialmente en los estados de cuenta de las tarjetas de crédito apuntan a un circuito de deuda paralelo, desarrollado *por sobre*, o que parasitan las nuevas infraestructuras de pagos y créditos

<sup>6</sup> En Chile los bancos generalmente prestan dinero a consumidores que puedan demostrar tener un contrato de trabajo indefinido, o algún tipo de ‘colateral’, como por ejemplo propiedades, lo que reduce su potencial clientela a una pequeña proporción de chilenos. Las casas comerciales, por otro lado, siguen una estrategia conocida en la industria como ‘siembra’, que consiste en proveer de tarjetas de crédito a clientes aun cuando estos no puedan probar ningún ingreso o materiales que puedan servir de garantía, pero con un límite de crédito muy pequeño (por ejemplo, menos de US\$50), el que aumentará dependiendo del comportamiento de pago del cliente (Ossandón, 2014a).

(Ossandón, 2017; Elyachar, 2010). Un concepto ya existente que puede ser utilizado para pensar el préstamo de tarjetas es el de “circuitos de comercio” desarrollado por Viviana Zelizer (2010). Zelizer se refiere a circuitos de transferencias económicas dentro de un grupo limitado de actores quienes otorgan a estas transacciones un significado compartido y hacen uso de medios de pago particulares. Zelizer ha puesto su atención en el trabajo realizado por los actores para delimitar estos circuitos. De hecho, como se muestra en la cita de Luisa, una parte importante de las entrevistas giraron en torno a los límites o fronteras trazadas cuando un compromiso es roto y cómo los límites de este circuito pueden ser restablecidos.

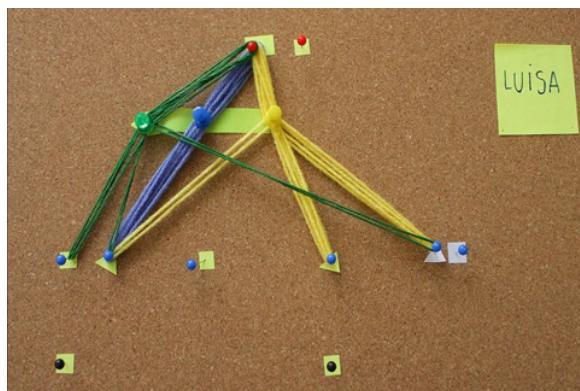
Pero nuestro interés principal aquí no es explicar –o juzgar– la racionalidad detrás del préstamo de tarjetas de crédito, ni discutir las consecuencias conceptuales de tales dinámicas. Nuestro interés acá es discutir los desafíos metodológicos con los que lidiamos al estudiar estas dinámicas. ¿Cómo podemos analizar la información inesperada encontrada en los márgenes de los estados de cuenta mensuales?

### ***Tejiendo circuitos de préstamo de tarjetas***

Los circuitos de préstamos de tarjetas son un tipo de red, más específicamente una formación socio-técnica donde diferentes actores están conectados a través del uso compartido de tarjetas de crédito. Como es el caso con otras redes, los circuitos pueden ser visualmente representados. Pero, ¿cómo y qué podremos ver si examinamos el préstamo de tarjetas de crédito como redes? ¿Cuáles son los nodos y los tipos de relaciones? ¿Cómo clasificar los tipos de actores involucrados? Para resolver estas preguntas decidimos hacer un pequeño experimento visual.

En la imagen que sigue se muestra el caso de Luisa. Los alfileres rojos, en la primera fila desde arriba hacia abajo, la representan a ella y a su marido, y los alfileres azules, en la tercera fila, a sus hijas y yernos. Los alfileres grandes, en la segunda fila, representan a las tarjetas de casas comerciales. En este caso, Luisa es la única que tiene tarjetas de crédito –una de la cadena *Almacenes París*, otra de *Corona*, y otra de *La Polar*. Los hilos representan los usos de una tarjeta que involucra el uso de algún tipo de crédito, y conectan a la persona que recibe el préstamo con la tarjeta de crédito usada para la transacción. Podemos ver que Luisa ha usado sus tres tarjetas para transacciones personales, pero las mismas tarjetas también han sido usadas por sus hijas y yernos.

**Figura 5.**  
Visualización  
circuito de tarjetas  
Luisa



Por ejemplo, Luisa le prestó su tarjeta París nueve veces a su hija Andrea –tres para la compra en cuotas de mercadería, otras cinco para comprar productos en la tienda, y una para un avance en efectivo consistente en seis cuotas de Ch\$15.000 cada una. Además, Luisa le prestó su tarjeta La Polar a su hija Andrea para comprar un refrigerador, y su tarjeta Corona para un avance en efectivo en diez cuotas de Ch\$10.000. Luisa también le prestó su tarjeta de La Polar a su hija Katia para un avance en efectivo y para la compra de muebles, y su tarjeta Corona a su hija Paty para comprar una plancha en diez cuotas. En dos ocasiones, el yerno de Luisa usó su tarjeta de Corona una vez para comprarse zapatillas y otra para comprar un teléfono celular para su hijo.

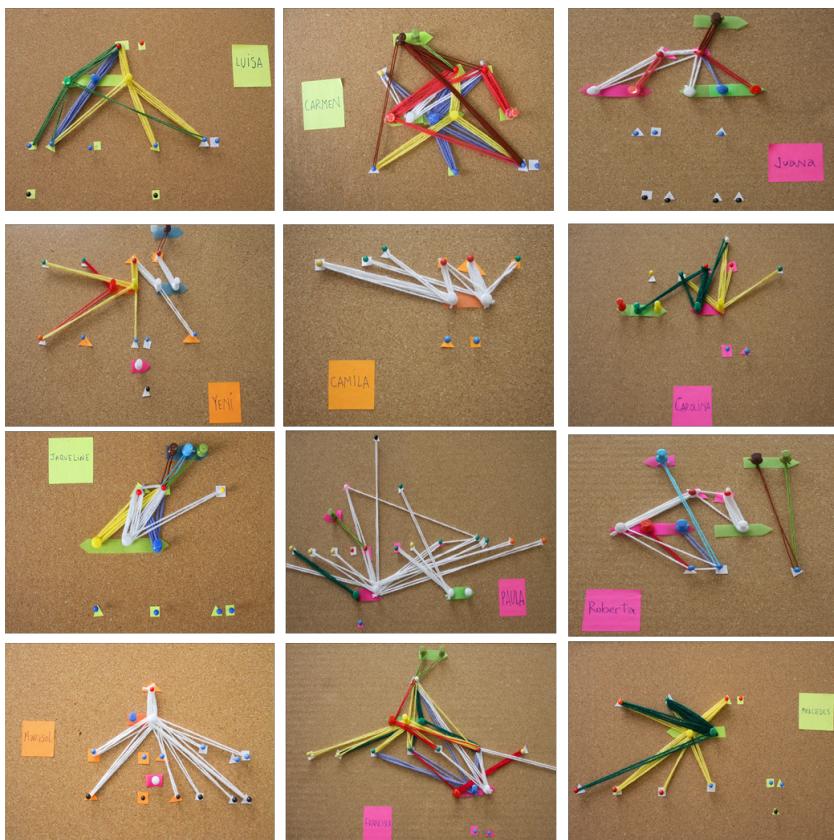
En la siguiente imagen vemos el caso de Patricia. Patricia es la hija de Lidia, y ella ha usado las tarjetas de su madre y su padre (Roberto) varias veces para comprar útiles escolares y ropa para su hijo e hija.

**Figura 6.**  
Visualización  
circuito de tarjetas  
Lidia



Realizamos ejercicios similares para los otros hogares.

**Figura 7.** Visualización circuito de tarjetas todos los casos

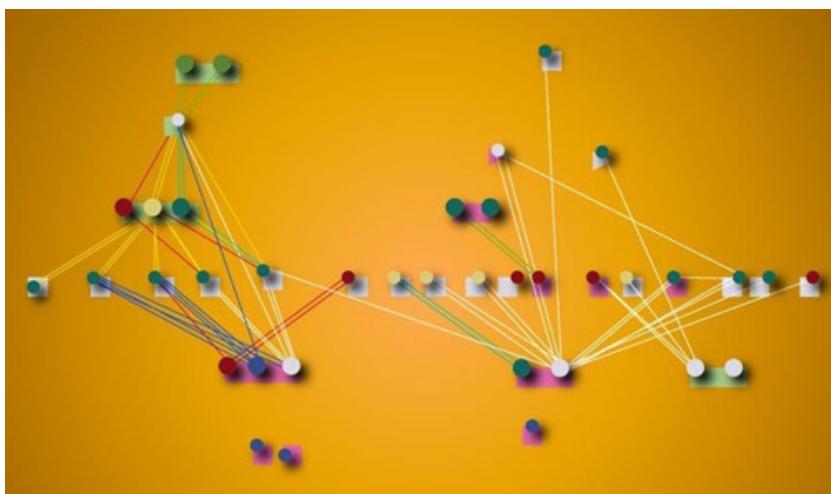


### *Análisis análogo de datos*

Somos conscientes que podríamos haber usado otras formas de representar visualmente los circuitos de préstamo de tarjetas. Sabemos que nuestro resultado luciría más convencional, y probablemente más convincente para una audiencia académica si hubiéramos usado un formato que pueda ser leído por programas de análisis de redes (tal como algunos de nosotros hemos hecho en otros proyectos de investigación), o incluso, si hubiésemos

visualizado los circuitos de manera digital (como por ejemplo en la siguiente imagen tomada de un poster usado para promocionar una charla en la cual presentamos una versión previa de este trabajo). Pero, en este capítulo nuestro propósito no es “cajanegrizar” la producción de nuestros resultados sino más bien lo contrario: ilustrar la manera en que lidiamos de manera práctica con los desafíos metodológicos que encontramos en este proceso. Nos parece que las razones que consideramos para hacer lo que hicimos podrán ser útiles para investigadores que traten con problemáticas similares en el futuro.

**Figura 8.** Ejemplo de visualización digital



Los *softwares* de análisis de redes sociales son dispositivos útiles para lidiar con grandes cantidades de información. Nos permiten visualizar redes compuestas por miles o incluso millones de nodos y relaciones. Sin embargo, mediante su uso, los investigadores nos vemos limitados a lo que los programas nos permiten hacer. Como en nuestro estudio el número de nodos y relaciones para cada caso es bastante pequeño, limitado a la cantidad de personas y tarjetas que las conectan, pensamos que podríamos evitar la mediación de estos programas de análisis de redes. Además, en esta investigación usamos estados de cuenta crediticios para recolectar información registrada por las tarjetas de casas comerciales. Las tarjetas recolectan y producen información digital,

y los estados de cuenta son el resultado de este proceso de producción de datos. Pero lo que intentábamos mapear no era la información impresa en los estados de cuenta, sino que un tipo de información que ha permanecido fuera del registro digital, lo que hemos llamado “contabilidad en los márgenes”. Pensamos que un enfoque más consistente con el análisis de este último tipo de información debía mantener el carácter manual, análogo y no digital, de este registro.

El antropólogo Timothy Ingold (2013) ha discutido recientemente la a veces olvidada relevancia del trabajo manual en la investigación social. La investigación no es solo distribuida de manera socio-técnica y equipada con tecnologías tales como procesadores de texto o programas de análisis de datos. También puede ser entendida como un tipo de trabajo manual en el cual continuamente usamos nuestras manos para *formar* conceptos e hipótesis. La mayor parte del tiempo, los científicos sociales llevamos a cabo tales actividades de manera individual (por ejemplo, cuando tomamos notas en clases o cuando resumimos lo leído en una biblioteca o en un café), pero es diferente en otras disciplinas, como en arquitectura o diseño, donde la actividad académica manual se realiza en grupos. Decidimos aprovechar la flexibilidad permitida por el uso de nuestras manos y organizamos una forma de analizar nuestros datos de manera colectiva. Para encontrar como hacer esto, nos inspiramos en la descripción hecha por el sociólogo John Law (2007) en un ensayo sobre las ventajas de las “pizarras de alfileres” o tableros de anuncios como medios para pensar visualmente. En sus palabras:

Mi pizarra de alfileres no es de interés general, y la menciono sólo porque ilustra las permisivas posibilidades de trabajar en una superficie, flexible, y sin un sistema de clasificación muy fuerte sobre qué va (o no va) con qué [...] La paradoja es que una superficie bidimensional, pero sin mayor estructura es potencialmente muy permisiva en cuanto el carácter de las relaciones entre las piezas dispuestas en ella. Sus dos dimensiones producen no dos dimensiones, sino que muchas (Law, 2007, p. 133).

Equipados con los materiales necesarios—pizarra de corcho, hilo, y alfileres de distintos tamaños y colores—nos reunimos con el fin de pensar de manera visual, y táctil, sobre nuestros hallazgos. Pusimos los materiales sobre una mesa y con las notas y transcripciones que habíamos recolectado para cada caso, comenzamos a encontrar una manera de visualizar las redes de préstamo de tarjetas.

**Figura 9.**  
Materiales para análisis de dato manual



Así, tratamos con diferentes estrategias. Por ejemplo, primero usamos alfileres grandes para representar a los actores humanos en cada caso. Pero rápidamente nos dimos cuenta que en estas redes los nodos centrales son las tarjetas, por lo que debían tener alfileres más grandes. Terminamos generando un sistema de codificación donde las tiendas se representaban de distintos colores y cada transacción crediticia con un hilo. También decidimos ubicar a los actores como si fueran un árbol genealógico, los padres arriba y los hijos abajo.

**Figura 10.** Codificación



## Conclusiones: estudiando las ecologías financieras entre los *big* y *small data*

Tal como Burrows y Savage (2014) han planteado recientemente, el valor de la investigación social académica ha sido desafiado. Compañías privadas como *retailers*, bancos o Google, o agencias gubernamentales como la NSA (como nos hemos enterado recientemente) producen, analizan y visualizan información social en tal magnitud que va mucho más allá de los recursos de la investigación social académica. En sus palabras: “*Big Data* desafía la autoridad predominante de los sociólogos y científicos sociales en general para definir la naturaleza del conocimiento social” (Burrows y Savage, 2014, p. 5). En este artículo hemos mostrado las estrategias que desarrollamos para analizar un área donde el conocimiento social es producido de manera masiva por una compleja ecología de empresas privadas: los créditos de consumo. Más específicamente, hemos mostrado como intentamos hacernos cargo del hecho que las tarjetas de crédito son también medios de producción de datos, mediante el uso en nuestra investigación de una de las huellas mundanas dejadas tras este proceso los estados de cuenta mensuales, y cómo hemos visualizado de modo análogo el inesperado hallazgo de las redes de préstamo de tarjetas.

En este trabajo presentamos las formas en que intentamos lidiar con algunos de los desafíos prácticos que enfrentamos en nuestra investigación. El artículo, aunque de manera indirecta, también indaga en una cuestión más sustantiva que los estudios sociales de las finanzas domésticas enfrentan de manera más general. La investigación en este campo parece estar dividida en dos tipos de enfoques: aquellos que, basados en la literatura reciente sobre “dispositivos de mercado”, tratan de reconstruir las prácticas y los modos de producción de conocimiento desarrollados por empresas que apuntan a una población previamente *excluida* de las finanzas formales, y aquellos que, inspirados por la reciente antropología económica, tratan de reconstruir los modos de cálculo cotidiano que han aparecido con los nuevos productos financieros. Planteamos, en cambio, que los estudios sociales de finanzas domésticas deben ubicarse no en una de estas posiciones sino que *entre* estas dos posturas: una posición desde la cual ambos tipos de conocimiento y prácticas financieras puedan ser simultáneamente observados. En otros trabajos hemos planteado algunas de las consecuencias de esta posición (Ossandón, 2017). Este artículo se ha enfocado en algunos desafíos metodológicos. Aún no hemos comenzado a lidiar con los complicados dilemas éticos y políticos que la emergencia de esta posición pueda traer.

## Referencias

- BARROS, Macarena. Prácticas financieras en torno al uso del crédito en la industria del retail de Santiago. En: José Ossandón (org.). *Destapando la caja negra: sociologías de los créditos de consumo en Chile*. Santiago: Universidad Diego Portales, 2011. p. 113-132.
- BARROS, Paula. ¿Tres cuotas, precio contado? Observaciones sobre el endeudamiento de los chilenos. En: Claudio Fuentes (org.). *Percepciones y actitudes sociales. 4º Informe de Encuesta Nacional UDP*. Santiago: Universidad Diego Portales, 2009. p. 81-90.
- BANCO Central. Encuesta financiera de hogares: metodología y principales resultados EFH 2011-12 <[http://www.bcentral.cl/estadisticas-economicas/financiera-hogares/pdf/Resultados\\_EFH\\_2011-12.pdf](http://www.bcentral.cl/estadisticas-economicas/financiera-hogares/pdf/Resultados_EFH_2011-12.pdf)> (13 oct. 2013).
- BURROWS, Roger; SAVAGE, Mike. After the crisis? Big data and the methodological challenges of empirical sociology. *Big data & society* v. 1, n. 1, p. 1-6, 2014 <<10.1177/2053951714540280>>.
- CALDERÓN, Alvaro. El modelo de expansión de las grandes cadenas minoristas chilenas. *Revista de la Cepal*, v. 90, p. 151-170, 2006.
- COCHOY, Franck. A sociology of market-things: on tending the garden of choices in mass retailing. *The Sociological Review*, v. 55, n. supl. 2, p. 109-129, 2007 <<10.1111/j.1467-954X.2007.00732.x>>.
- COLLINS, Daryl; MORDUCH, Jonathan; RUTHERFORD, Stuart; RUTHVEN, Orlanda. *Portfolios of the poor*: how the world's poor live on \$2 a day. Princeton: Princeton University Pres, 2009.
- DEVILLE, Joe. Leaky data: How Wonga makes lending decisions. *Charisma: Consumer Market Studies*, 2013 <<http://www.charisma-network.net/finance/leaky-data-how-wonga-makes-lending-decisions>> (12 nov. 2014).
- DELOITTE. *Global powers of retailing*: retail beyond begins, 2014. <<http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Consumer-Business/dttl-CB-GPR14STORES.pdf>> (28 ago. 2016).
- DUCOURANT, Hélène. Le crédit revolving, un succès populaire ou l'invention de l'endetté permanent? *Revue Sociétés Contemporaines*, v. 76, p. 41-65, 2009 <<10.3917/soco.076.0041>>.
- ELYACHAR, Julia. Phatic labor, infrastructure, and the question of empowerment in Cairo. *American Ethnologist*, v. 37, n. 3, p. 452-464, 2010 <<10.1111/j.1548-1425.2010.01265.x>>.
- GUERIN, Isabelle; MERVANT-ROUX; Solène; VILLARREAL, Magdalena (orgs.). *Microfinance, debt and over-indebtedness*: juggling with money. London: Routledge, 2013.
- GUSEVA, Alya; RONA-TAS, Akos. Uncertainty, risk, and trust: Russian and American credit card markets compared. *American Sociological Review*, v. 66, n. 5, p. 623-646, 2001.

- HARPER, Douglas. Talking about pictures: a case for photo elicitation. *Visual Studies*, v. 17, n. 1, p. 13-26, 2002 <[10.1080/14725860220137345](https://doi.org/10.1080/14725860220137345)>.
- INGOLD, Timothy. *Making: anthropology, archaeology, art and architecture*. Abingdon: Routledge, 2013.
- KNORR CETINA, Karin; PREDA, Alex (orgs.). *The Oxford handbook of the sociology of finance*. Oxford: Oxford University Press, 2012.
- LANGLEY, Paul. Consuming credit. *Consumption Markets & Culture*, v. 17, n. 5, p. 417-428, 2014 <[10.1080/10253866.2013.849594](https://doi.org/10.1080/10253866.2013.849594)>.
- LATOEUR, Bruno. Networks, societies, spheres: reflections of an actor-network theorist. *International Journal of Communication*, v. 5, p. 796-810, 2011.
- LATOEUR, Bruno; JENSEN, Pablo; VENTURINI, Tommaso; GRAUWIN, Sébastien; BOULLIER, Dominique. “The whole is always smaller than its parts”—a digital test of Gabriel Tardes’ monads. *The British Journal of Sociology*, v. 63, n. 4, p. 590-615, 2012 <[10.1111/j.1468-4446.2012.01428.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2012.01428.x)>.
- LAW, John. Pinboards and Books: Learning, materiality and juxtaposition. En: David Kritt and Lucien Winegar (orgs.). *Education and technology: critical perspectives, possible futures*. Maryland: Lexington Books, 2007. p. 125-150.
- LEYSHON, Andrew; THRIFT, Nigel. Lists come alive: electronic systems of knowledge and the rise of credit-scoring in retail banking. *Economy and Society*, v. 28, n. 3, p. 434-466, 1999 <[10.1080/03085149900000013](https://doi.org/10.1080/03085149900000013)>.
- LEYSHON, Andrew; BURTON, Dawn; KNIGHTS, David; ALFEROFF, Catrina; SIGNORETTA, Paola. Towards an ecology of retail financial services: understanding the persistence of door-to-door credit and insurance provider. *Environment and planning A*, v. 36, n. 4, p. 625-645, 2004 <[10.1068/a3677](https://doi.org/10.1068/a3677)>.
- LEYSHON, Andrew; SIGNORETTA, Paola; KNIGHTS, David; ALFEROFF, Catrina; BURTON, Dawn. Walking with moneylenders: the ecology of the UK home-collected credit industry. *Urban Studies*, v. 43, n. 1, p. 161-186, 2006 <[10.1080/00420980500409326](https://doi.org/10.1080/00420980500409326)>.
- LUHMANN, Niklas. The economy as a social system. En: Niklas Luhmann (org.). *The Differentiation of society*. New York: Columbia University Press, 1982. p. 190-225.
- MAURER, Bill; NELMS, Taylor; REA, Stephen. “Bridges to cash”: channeling agency in mobile money. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, v. 19, n. 1, p. 52-74, 2013 <[10.1111/1467-9655.12003](https://doi.org/10.1111/1467-9655.12003)>.
- MAURER, Bill. The disunity of finance: alternative practices to western finance. En: Karin Knorr-Cetina; Alex Preda (orgs.). *Oxford handbook of sociology of finance*. Oxford: Oxford University Press, 2012.
- MARRES, Noortje; WELTEVREDE, Esther. Scraping the social? Issues in live social research. *Journal of Cultural Economy*, v. 6, n. 3, p. 313-335, 2013 <[10.1080/17530350.2013.772070](https://doi.org/10.1080/17530350.2013.772070)>.
- MONTERO, J. P.; TARZIJÁN, J. *El éxito de las casas comerciales en Chile: ¿regulación o buena gestión?* Documentos de Trabajo (Banco Central de Chile), Número 565, p. 1-29 <[www.bancafacil.cl/sbifweb/servlet/DBiblioteca?indice=6.5&TXT\\_](http://www.bancafacil.cl/sbifweb/servlet/DBiblioteca?indice=6.5&TXT_)>.

**CORRELATIVO=D1294&CTR\_CORRELATIVO=XXXXXXXXXXXXXX>** (16 feb. 2017).

MONTGOMERIE, Johnna. The financialization of the American credit card industry. *Competition and Change*, v. 10, n. 3, p. 301-319, 2006 <[10.1179/102452906X114393](https://doi.org/10.1179/102452906X114393)>.

MOULIAN, Tomás. *El consumo me consume*. Santiago: LOM, 1998.

MÜLLER, Lúcia. Negotiating debts and gifts: financialization policies and the economic experiences of low-income social groups in Brazil. *Vibrant: Virtual Brazilian Anthropology*, v. 11, n. 1, p. 191-221, 2014 <[10.1590/S1809-43412014000100007](https://doi.org/10.1590/S1809-43412014000100007)>.

MUNIESA, Fabian; MILLO, Yuval; CALLON, Michel. An introduction to market devices. *The Sociological Review*, v. 55, n. suppl. 2, p. 1-12, 2007 <[10.1111/j.1467-954X.2007.00727.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2007.00727.x)>.

OSSANDÓN, José. Sowing consumers in the garden of mass retailing in Chile. *Consumption Markets & Culture*, v. 17, n. 5, p. 429-447, 2014 <[10.1080/10253866.2013.849591](https://doi.org/10.1080/10253866.2013.849591)>.

OSSANDÓN, José. My story has no strings attached: credit cards, market devices and a stone guest. En: Liz McFall; Frank Cochoy; Joe Deville (orgs.). *Markets and the arts of attachment*. London: Routledge, 2017.

OSSANDÓN, José. Quand le crédit à la consommation classe les gens et les choses. Une revue de littérature et un programme de recherche. *Revue française de socio-Economie*, v. 9, p. 83-100, 2012 <[10.3917/rfse.009.0083](https://doi.org/10.3917/rfse.009.0083)>.

OSSANDÓN, José (org.). *Destapando la caja negra: sociologías de los créditos de consumo en Chile*. Santiago: Universidad Diego Portales, 2011.

POON, Martha. Historicizing consumer credit risk calculations: the fair Isaac system of commercial score card manufacture, 1957 – circa 1980. En: Bernardo Bátiz-Lazo; J. Carles Maixé-Altés; Paul Thomes (orgs.). *Technological innovation in retail finance: International Historical perspectives*. New York: Routledge, 2011. p. 221-245.

RONA-TAS, Akos; HISS, Stefanie. The role of ratings in the subprime mortgage crisis: the art of corporate and the science of consumer credit ratings. En: Michael Lounsbury; Paul M. Hirsch (orgs.). *Markets on trial: the economic sociology of the U.S. financial crisis*: part A Emerald Group Publishing, 2010. Research in the sociology of organizations, v. 30, part A, p.115-155.

SAVAGE, Mike; BURROWS, Roger. The coming crisis of empirical sociology. *Sociology*, v. 41, n. 5, p. 885-899, 2007 <[10.1177/0038038507080443](https://doi.org/10.1177/0038038507080443)>.

SAVAGE, Mike. Contemporary sociology and the challenge of descriptive assemblage. *European Journal of Social Theory*, v. 12, n. 1, p. 155-174, 2009 <[10.1177/1368431008099650](https://doi.org/10.1177/1368431008099650)>.

STEARNS, David. Electronic value exchange: origins of the visa electronic payment system. En: Bernardo Bátiz-Lazo; J. Carles Maixé-Altés; Paul Thomes (orgs.). *Technological innovation in retail finance: international historical perspectives*. New York: Routledge, 2011. p. 221-245.

VILLARREAL, Magdalena. Regimes of value in Mexican household financial practices. *Current Anthropology*, v. 55, n. S9, p. S30-S39, 2014 <[10.1086/676665](https://doi.org/10.1086/676665)>.

WEBER, Florence. Le calcul économique ordinaire. En: Philippe Steiner; François Vatin (orgs.).*Traité de sociologie économique*. Paris: PUF, 2009. p. 367-407.

WILKIS, Ariel. Sociología del crédito y economía de las clases populares. *Revista Mexicana de Sociología*, v. 76, n. 2, p. 225-252, 2014.

ZELIZER, Viviana. *Economic lives: how culture shapes the economy*. Princeton: Princeton University Press, 2010.

Recibido el: 30 ago. 2016

Aprobado el: 15 dic. 2016

Autor correspondiente:

José Ossandón

Department of Organization

Copenhagen Business School

Kilevej 14A, 4th floor, DK-2000

Frederiksberg, Denmark