

Universidade Estadual de Campinas

Instituto de Geociências

Departamento de Geografia

Trabalho de conclusão de curso

Creditização e uso do território: o caso da financeira ibi

Orientadora: Profª Drª Adriana Bernardes da Silva

Aluna: Camila Neubert Favero – RA: 083331

Dezembro de 2012

**Universidade Estadual de Campinas
Instituto de Geociências
Departamento de Geografia**

CAMILA NEUBERT FÁVERO

Creditização e uso do território: o caso da financeira ibi

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Geografia do Instituto de Geociências da Universidade Estadual de Campinas, como requisito parcial à obtenção ao título de Bacharel em Geografia sob orientação da Professora Doutora Adriana Maria Bernardes da Silva

CAMPINAS, 2012

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, pelo enorme carinho e constante suporte à minha escolha profissional, que foi, digamos, inusitada na família... Também, obrigada pela leitura crítica destes capítulos e claro, da super torcida pela conclusão dessa etapa!!

À minha irmã, Carina, pessoa mais linda do mundo, por me ajudar sempre - mesmo longe - pelos conselhos na vida (mesmo por aqueles que eu não segui...) e pelo simples fato de existir!!

Então a vocês, minha família, meu maior obrigada: vocês me dão muita força e espero que esse trabalho mostre algo disso. Amo vocês!!

Às queridas amigas – desde sempre! – de Valinhos e região para a vida, e que mesmo não tendo lido esse trabalho (ok...) me aguentaram durante o processo de criação dessa monografia.

Assim como os também super queridos amigos do IG, à todos vocês que estiveram presentes ao longo desses 5 anos de graduação, e com os quais dividi as lamúrias, as irritações, as descobertas e felicidades nesse tempo todo. Vocês são incríveis!

À Prof^a Dr^a Adriana Bernardes, pela orientação e grande paciência com meus devaneios e distrações! Obrigada!

E não posso esquecer o pessoal do Posto CORI – Unicamp, que durante a elaboração dessa monografia sempre deixou - de bom grado (espero!!) - que eu terminasse de ler minha bibliografia durante o horário de trabalho.

Valeu pessoal!!

Resumo

O mundo contemporâneo apresenta uma configuração específica do capitalismo, na qual o capital financeiro está posicionado no centro das relações econômicas. Substitui assim, o capital bancário e o capital comercial, enquanto introduz nas empresas uma maior autonomia na busca da majoração de suas taxas de lucro. Uma análise possível dessa afirmação perpassa pela crescente concessão de crédito pessoal nas últimas décadas como processo resultante da consolidação bancária no Brasil. O território é usado como instrumento dos grandes conglomerados financeiros, tendo as concessionárias de crédito como instrumento de gestão desse plano, através da capilarização de agências e da manutenção do capital em movimento, evitando disfunções no sistema circular que o caracteriza. A metropolização se insere como uma forma polarizadora da pobreza, sendo as agências ibi instaladas em localidades de acordo com as respectivas áreas de influências similarmente à proposta da REGIC - IBGE, visando capilarizar o crédito e concretizar a financeirização da pobreza em âmbito nacional. A estratégia do ibi é auxiliada pelo uso simbiótico dos cartões de crédito e caracterizada pelo crescente endividamento das famílias brasileiras.

Lista de siglas

BCB – Banco Central do Brasil

CNC – Confederação Nacional do comércio de bens, serviços e turismo

CPF – Cadastro de Pessoa Física

CODEPLAN – Companhia de planejamento do Distrito Federal

FECOMERCIO – Federação Paulista de Comércio

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PROES – Programa de Incentivo à Redução do Setor Público Estadual na Atividade Bancária

PROER – Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional

REGIC – Região de Influência das Cidades

RMBH – Região Metropolitana de Belo Horizonte

RMC – Região Metropolitana de Curitiba

RMPA – Região Metropolitana de Porto Alegre

RMR – Região Metropolitana de Recife

RMRJ – Região Metropolitana do Rio de Janeiro

RMS – Região Metropolitana de Salvador

RMSP – Região Metropolitana de São Paulo

SEMPA – Secretaria municipal de planejamento de São Paulo

SFN – Sistema Financeiro Nacional

Lista de tabelas

Tabela 01 – % de endividados em relação ao total de famílias

Tabela 02 – Distinção por tipo de dívidas

Tabela 03 – Levantamento histórico da expansão da rede C&A

Tabela 04 – Localização das agências ibi no Distrito Federal e comparativo por faixa de renda

Lista de figuras

Fig. 01 – Segmentação social de consumidores pelo serviço Mosaic – Serasa Experian

Fig.02 - Organograma dos fluxos da operação financeira via cartão de crédito

Fig. 03 - Organograma do Banco ibi após venda para Banco Bradesco

Fig. 04 - Região de influência – BRASÍLIA/DF

Fig. 05 - Região de influência – BELÉM/PA

Fig. 06 - Região de influência – SÃO PAULO/SP

Fig. 07 - Região de Influência – FORTALEZA/CE

SUMÁRIO

Introdução.....	p.01
Capítulo 1: A financeirização do território brasileiro.....	p.06
1.1: A emergência das financeiras.....	p.09
1.2: As financeiras e um novo objeto técnico – uma simbiose.....	p.17
Capítulo 2: A financeira ibi e os usos do território brasileiro.....	p.25
2.1: Uma topologia da financeira ibi.....	p.33
2.2: A metrópole como polarizadora da pobreza.....	p. 50
Considerações finais.....	p.58
Referências bibliográficas.....	p.61
Anexos.....	p.69

Introdução

O território brasileiro vem sendo nas últimas duas décadas recortado por redes corporativas, resultantes da atuação de grandes empresas e conglomerados transnacionais. Trata-se de um modo de produção capitalista sob a lógica das finanças (GERMAIN,1997; SILVEIRA, 2009; CHESNAIS, 2005). As novas racionalidades econômicas que vêm se instalando no território constituem um crescente “alcance territorial da ação das instituições financeiras, assim como [d]o poder delas para comandar os demais conteúdos e ações presentes no território” (CONTEL, 2009b, p.6). Lembrando Milton Santos (2011)¹, temos que o mercado é sinônimo de território, de maneira que a conquista do mercado “significa o conhecimento do território pelo Banco, pela empresa jornalística, pelo supermercado, pelo *shopping center*, por outras grandes organizações que têm que conhecer como o território é, para conquistar o território. Isto é, conquistar o mercado.”(SANTOS,2011)

Trata-se, portanto, da financeirização do território, ou seja, este é organizado e gerido a fim de atender às restrições impostas pelo mercado financeiro. Nas palavras de Carlos Vainer², vive-se a “colonização da vida social pelo mercado”, “colonização” essa perpassada em nível acentuado pela concessão de crédito, em suas mais diversas formas: parcelamento de compras em supermercados e lojas de varejo, financiamento de veículos, cartão de crédito e empréstimos pessoais em financeiras, entre outras.

¹ Conferência de abertura do 1º Encontro Regional de Estudantes de Geografia do Sudeste realizado na UFJF em Juiz de Fora, Minas Gerais em maio de 1996, transcrita por Cláudio Ubiratan Gonçalves.

² Palestra proferida na Conferência de Encerramento da VII Semana de Geografia da Unicamp, em 21 de outubro de 2011. Transcrição realizada pela autora.

Fabio Contel (2009b) alerta para a instauração das finanças como um dos principais conteúdos do território, uma vez que a resultante dessa nova dinâmica permite aos conglomerados financeiros “comandar as regiões segundo suas vicissitudes” (CONTEL, 2009b). Nesse sentido é importante a ressalva, de que o crédito é a engrenagem do sistema financeiro, ou seja, é fomentador principal de um ciclo de geração de riquezas desassociadas do fator produtivo. O papel do setor financeiro é ainda destacado por Carlos Alberto da Silva (1994) ao afirmar que permeia todo processo de criação, apropriação e de circulação de valor em diversas escalas geográficas, sendo fundamental no que tange à gestão do território.

A concepção do território como campo de forças (RAFFESTIN, 1993) disputado pelos agentes financeiros nos ajuda a compreender o momento alienante pelo qual passa o mundo contemporâneo. O estudo das ações da financeira ibi no âmbito da concessão de crédito pessoal ilustra bem a perspectiva de supressão da cidadania pela exaltação do “cidadão imperfeito” e a onipotência da economia hegemônica e seu “consumidor mais-que-perfeito” (SANTOS 2007).

Ainda fazendo uso da concepção de Milton Santos (1999), compreende-se o território como um lugar de exercício das dialéticas e das contradições por meio dos usos e disputas. “O território, (...) é objetivado por relações sociais, de poder e dominação” (SAQUET, 2006, p.73) de forma que se tem, portanto, a mediação entre Estado e Mercado, o uso econômico e o uso social dos recursos, o vertical e o horizontal (SANTOS, 1999 apud SOUZA, 2003).

Assim, a condição de território se dá justamente pelos sistemas de malhas de nós e redes, que são constituintes da versão atual do sistema técnico, “a tecnociência”

(SANTOS, 2002). Ou seja, se realizam como base material (infraestruturas, pontos observáveis) e ideológica (normas, formais ou informais), ligadas a decisões (RAFFESTIN, 1993) e fundidas no discurso e prática da globalização. É caracterizado pelas oposições entre densidade/rarefação e fluidez/viscosidade (SOUZA, 2003). Essas oposições são extremamente úteis na compreensão da hipótese deste trabalho, quanto às dinâmicas territoriais geradas pelas financeiras, com a transformação, do que André Gorz (2005) chama de cidadãos “potencialmente perigosos”, em dóceis consumidores.

RAFFESTIN (1993) formula muito claramente a ideia central de que o território será tido com uma referência de limite, mesmo não traçado, invisível, denotando a existência de uma relação mantida por um grupo com uma porção do espaço, gerada por um objetivo. Exatamente por conta dessa constatação é que se crê relevante negar o Estado como o detentor de toda a regulação social, econômica e política, ou seja, que controle um âmbito geográfico exclusivo (ANTAS JR, 2004; ARROYO, 2004). Conforme Ricardo Mendes Antas Jr conforma-se no período atual uma *hegemonia corporativa*: “O território (...) é regulado pelo Estado, pelas corporações e pelas instituições civis não estatais, sobretudo aquelas de alcance planetário.” (ANTAS JR, 2004, p.84)

A organização do território pelo Bradesco, detentor da financeira ibi, se erige justamente no contexto desse adensamento seletivo do meio técnico-científico-informacional; por meio de acentuada capilaridade do crédito a Organização Bradesco usa o território como recurso, pela captação de capital-dinheiro, acumulação que é distribuída seletivamente em investimentos no território.

O capítulo 1 será dedicado a compreender com mais clareza a expansão das concessionárias de crédito no território brasileiro, e suas raízes no consumo das famílias brasileiras, de forma que será realizada caracterização histórica dos elementos de uma periodização, ainda que preliminar, da ampliação do sistema bancário até as condições vigentes nos tempos atuais. Também a participação do grupo Serasa Experian na ordenação das concessões creditícias será temática abordada no capítulo.

No capítulo 2, é feita uma análise do uso dos cartões de crédito como objetos técnicos, visando destacar sua importância na capilarização do crédito no território nacional por meio das financeiras, assim como é realizada uma conceituação acerca da creditização do território.

O capítulo 3 tratará do uso do território brasileiro pela financeira ibi, retratado por meio de um mapeamento da topologia dessa rede financeira, com a exposição de sua ação na rede urbana nacional e a consequente participação na diferenciação regional do país. O aumento crescente da oferta de crédito livre acarretaria em uma explosão do consumo de bens duráveis e imateriais financiados. Nesse sentido, o endividamento das famílias brasileiras em função da contração de crédito pessoal corresponde a outra problemática real no período contemporâneo.

Pretende-se, por meio dessa monografia de conclusão de curso, analisar quais nexos movem a ação do ibi no território, qual a resultante de sua capilaridade e como sua oferta de crédito age no âmbito do uso do território e da rede urbana brasileira. Este trabalho abarca o conceito de creditização do território, contido na fase financeira do capitalismo, porém com ações territoriais mais pontuais, denotando a fluidez do crédito, através de sua mobilidade e sua velocidade. Trata-se de uma temática

fundamental, porém ainda pouco vislumbrada dentro da Geografia. Conforme Lia Osório Machado, temas como os mecanismos dos sistemas financeiro e bancário, e também a questão fundamental do crédito tem sido consideradas de domínio exclusivo da economia. Em defesa da inclusão da temática a outras ciências sociais, em especial a Geografia, MACHADO (2002) elenca dois argumentos:

- As temáticas são essenciais para a compreensão dos arranjos espaciais que materializam os processos sociais contemporâneos, assim como as mudanças engendradas também dependem em grande medida da dinâmica desses investimentos de capital

- No contexto das relações capitalistas, entre o político e o econômico não existe uma relação de exterioridade, ou seja, “não derivam de processos autônomos e justapostos, e sim de processos interativos” (MACHADO, 2002, p.17)

É, portanto, notório que a negação da temática enquanto – de fato - geográfica, surge como discordante com o real propósito desta ciência.

Capítulo 1: A financeirização do território brasileiro

É importante destacar que a evolução das finanças ao centro de poder no mundo contemporâneo, não se deu de maneira aleatória nem como resultado de um movimento próprio (CHESNAIS, 2005), mas na realidade tratou-se de um processo mundial de desregulamentação e desbloqueios de sistemas financeiros. Ainda conforme François Chesnais (2005), a integração internacional dos mercados financeiros nacionais foi proporcionada justamente pela capacidade de interconexão global em tempo real através das tecnologias de informação padronizadas universalmente, daí a importância da convergência dos momentos e da unicidade técnica (SANTOS, 2002), preceitos do processo de globalização. Ocorre, portanto, uma mudança de escala no âmbito das trocas comerciais e informacionais entre os países. Uma definição do poder do sistema financeiro mundial é dada por DOWBOR (2012):

“Demasiado fechado e articulado para ser regulado por mecanismos de mercado, poderoso demais para ser regulado por governos eleitos, incapaz de administrar os gigantescos volumes de recursos que controla, o sistema financeiro mundial gira solto, jogando com valores que representam cerca de catorze vezes o PIB mundial.” (DOWBOR, s/p, 2012)

Segundo MACHADO (2002), a emergência da desregulamentação como tendência teve como ponto de inflexão a década de 1970 e foi liderada pelos Estados Unidos “que, ao abolir as regras para a cobrança de comissões pelos negociantes de crédito, incentivou a competição entre bancos e operadores financeiros” (MACHADO,

2002). Dessa maneira, a “guerra” transfigura-se na aceitação de maiores riscos por parte dos bancos levando-os a inventar novas maneiras de criar e negociar créditos.

A expansão do sistema bancário se realizou nos anos 1970, a partir de um ideário de integração nacional, com a expansão de agências pelo território brasileiro, conforme levantamento realizado por Leila Dias (2006), baseado em uma classificação do Banco Central: agências pioneiras (únicas a operar na localidade), seguidas de 4 categorias delimitadas pelo volume médio de depósitos em relação ao salário mínimo, até as agências especiais (situadas nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo). Nesse sentido tem-se a diferenciação seletiva de ações dos bancos nas distintas regiões do país, configurando uma política que previa o uso das agências pioneiras como um mecanismo de difusão espacial do sistema bancário, “enquanto suporte à ocupação econômica de regiões periféricas do país.” (SILVA, 1997 apud DIAS, 2006, p.36)

O desenvolvimento das redes de transmissão de dados, no final dos anos 80, representa um marco na consolidação das organizações financeiras de grande porte, uma vez que a organização espacial das construções da sociedade moderna (MOREIRA, 2007) estava amplamente conectada à evolução técnica, ao aumento das densidades de circulação e comunicação em escala planetária.

A concretização da estabilidade monetária nacional, em 1994, com o Plano Real se deu a partir da desregulamentação do setor financeiro, mediado pelo processo de estabilização de preços e do programa de privatizações dos bancos estaduais. Os programas PROES (Programa de Incentivo à Redução do Setor Público Estadual na Atividade Bancária – direcionado para a desestatização dos bancos estaduais) e o PROER (Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema

Financeiro Nacional – com vistas a ordenar a fusão e incorporação de bancos a partir de regras ditadas pelo Banco Central) foram exemplos desse processo de desregulamentação. Justamente por meio de tais programas nacionais executados sob a tutela do ideário neoliberal, a partir dos anos 90, se permitiu a ação de novos atores e de novos sistemas técnicos no território nacional, assim como se alterou a organização de empresas públicas e privadas no Brasil (CONTEL, 2009a) apresentando novos desafios para o setor bancário (KRAYCHETE, 2009).

Conclui-se que entre os anos de 1964 e 1994, o Brasil passa por um processo de integração e creditização do território (CONTEL, 2006), sendo integrados ao sistema nacional novos sistemas técnicos.

1.1: A emergência das financeiras e a empresa Serasa como forma de controle mercadológico

O Sistema Financeiro Nacional (SFN) teve sua primeira roupagem desenhada a partir de 1964, por meio da promulgação da Lei número 4.595, de 31 de dezembro daquele ano, e tinha um enfoque assentado em um sistema financeiro formado por instituições especializadas, “(...) condicionadas pela regulamentação a praticarem uma faixa restrita de operações (...)” e que segundo Leila Dias, seguiam um modelo de desenvolvimento fortemente inspirado “(...) nos princípios preconizados pela Escola Superior de Guerra, cuja realização era estreitamente associada à segurança nacional e ao capital internacional” (DIAS, 2006, p.30), fato corroborado pelo Art. 2º da Lei número 4.131, que definira já em 1962, que os capitais estrangeiros investidos no Brasil teriam tratamento jurídico idêntico ao capital nacional, “(...)sendo vedadas quaisquer discriminações não previstas na presente lei.” (PLANALTO, 1962)

Sob tal normativa, os bancos comerciais somente realizariam operações de crédito de curto prazo, captando depósitos a vista, enquanto que os bancos de investimento e desenvolvimento seriam os responsáveis pelos empréstimos de longo prazo, assim como determinava ações das financeiras. No entanto, é necessário verificar que as primeiras Sociedades de Créditos, Financiamento e Investimento (as chamadas Financeiras) já haviam sido instituídas em novembro de 1959 – importante salientar, como instituições privadas - e traziam então o objetivo básico de realizar o financiamento para a aquisição de bens, serviços e capital de giro, sendo responsáveis por operações com crédito ao consumidor e em empréstimos pessoais. No entanto, sua formalização ocorreu apenas em 1966, por meio de uma nova resolução do

Conselho Monetário Nacional, que definia a captação de letras³ de câmbio como a forma de reunir recursos.

Em 1988, o Banco Central divulga a Resolução numero 1.524, tomando um rumo distinto da promulgação de 1964, posicionando-se mais próximo do sistema constituído pelas chamadas "instituições universais" (Banco Central do Brasil, 2012). Esse movimento de associação aos mercados internacionais se dava justamente no momento em que o governo brasileiro colocava em prática uma política de abertura bancária e financeira, visando estabelecer "(...) mecanismos de regulamentação e de desregulamentação de operações financeiras, semelhantes aos dos grandes centros mundiais (...)" (MACHADO, 2002, p.55). Nesta nova legislação, bancos comerciais, bancos de investimentos, bancos de desenvolvimento, sociedades de crédito, financiamentos e investimentos poderiam ser organizadas em uma única instituição financeira, os chamados **bancos múltiplos**, ou seja, são criados, basicamente, "supermercados" de serviços financeiros.

O interesse dos grandes bancos em oferecer financiamentos bancários passa a ser explorado como fonte de lucro após a estabilização monetária (Plano Real de 1994), enquanto nova fonte de recomposição de margens de lucro desses bancos,

³ Título comercial, através do qual um credor, chamado de emitente, ordena que o devedor, ou sacado, pague no prazo indicado uma importância precisa a uma terceira pessoa designada, a beneficiário. / Título de crédito, emitido por sociedades de crédito, financiamento e investimento, utilizado para o financiamento de crédito direto ao consumidor. (Dicionário de Economia, Universidade de Brasília)

devido às perdas das receitas com *float*⁴ (JACOB, 2003), uma vez que o controle da inflação impossibilitava a manutenção desses lucros⁵ (KRAYCHETE, 2009).

Ainda conforme JACOB,

“o nicho de mercado que tinha baixo nível de atendimento e que ficou mais propenso a assumir posições passivas foi o de pessoas físicas, principalmente de classe média baixa e de classe baixa, pois possuem demandas por bens não atendidas.”
(JACOB, 2003, p.50)

A versão de tomada de crédito livre, ou seja, para o qual não há necessidade de divulgação do destino do dinheiro, teve crescimento entre 2003 e 2006, saltando de R\$ 105,1 bilhões, (representando 37,9% do total de empréstimos para pessoas físicas) para R\$ 190,5 bilhões ou 47,2% do total. Pode-se, conforme CINTRA (2006), concluir que o ciclo de crédito foi direcionado fundamentalmente para o financiamento do consumo das famílias. Nesse momento, consolida-se a redefinição da atuação bancária

⁴ Ganho inflacionário através da detenção de recursos e depósitos não passíveis de correção monetária ou qualquer outra modalidade de remuneração.

⁵ Um dos principais estímulos para que os bancos efetivassem a elevação da oferta de Crédito Direto ao Consumidor, ou seja, crédito para pessoas físicas, são as elevadas taxas de juros e os respectivos *spreads* (diferença entre a taxa de captação e de empréstimo realizado por um grupo financeiro) que proporcionam. A taxa de juros do crédito pessoal atingiu o pico de 133% ao ano em fevereiro de 1998 e o piso de 42% em junho de 2010, entre o período de 1997 a 2011. (JACOB, 2003; BANCO CENTRAL). Esses valores se tornam ainda mais exponenciais quando se considera a taxa de juros exercida para o cheque especial: o pico é encontrado em fevereiro de 1999, em 204%, seguido em termos de comparação pelos juros divulgados em novembro de 2011 pelo Banco Central, 188% ao ano. Nessas condições, as taxas de juros entre 1999 e 2011 não apresentaram valores inferiores a 138%. (BANCO CENTRAL, 2011)

de alguns grupos financeiros no território brasileiro, claramente exposto por CINTRA, (2006):

“Como os bancos são agentes ativos que definem suas estratégias de ação com o propósito de ampliar suas vantagens em relação aos concorrentes, as grandes instituições varejistas adotaram diferentes estratégias de expansão dos produtos voltados para o financiamento das famílias.”(p.306)

Justamente nesse contexto de ação estratégica, tem-se a incorporação pelo Bradesco de vários bancos múltiplos (financeiras), incluindo as redes de crédito pessoal Zogbi, Finasa, Continental e **ibi**, a fim de captar as camadas mais pobres. Mercado este que no mundo é estimado em 5 trilhões de dólares pela Cooperação Financeira Mundial, órgão vinculado ao Banco Mundial (SCHERMA, 2009). O Bradesco, através dos chamados correspondentes bancários⁶ realiza parcerias com redes de supermercado, eletroeletrônicos, farmácias e seguros, esse último corrobora inclusive de maneira muito clara o interesse dos grandes grupos financeiros nos chamados “mercados-alvo”: o qual é constituído “principalmente por pessoas com renda de até 3 salários mínimos, (...) ou seja, os 128 milhões de indivíduos das classes C e D” (BESTER et alli, 2011).

Dessa maneira, compreende-se o que afirma Ricardo Scherma, ao salientar que existe de fato uma vontade ambiciosa do sistema capitalista hoje de amplificar e

⁶ Os correspondentes bancários são estabelecimentos comerciais (como farmácias, postos de combustível, supermercados, lotéricas) os quais oferecem, além de sua atividade fim, serviços de instituições financeiras.

disseminar as lógicas do consumo, enquanto “tendência nítida de transformar o conjunto da sociedade em consumidores, usando o crédito como um instrumento financeiro para esse fim” (SCHERMA, 2009, p.71).

Segundo BARONE & SADER (2008) e CINTRA (2006), é de fato a partir dos anos 2002 que ocorre um incremento na participação do crédito a pessoas físicas, incentivando maciçamente o consumo e, por consequência, “gerando demanda na economia para crescimento do emprego e da renda (...)” (BARONE & SADER, 2008, p.1255) mas não necessariamente focado na geração de empregos voltados às camadas pobres da população. SILVEIRA (2009) corrobora esse argumento ao enunciar que a transformação de empresas comerciais em financeiras, eleva o volume de consumo das camadas pobres, sem, no entanto, denotar maior capacidade de produção por essa mesma população, no âmbito do circuito inferior da economia brasileira. É justamente essa a situação que ocorre em lojas como C&A, Makro, Lojas Colombo, supermercados Angeloni e Casas Bahia, incluídas no portfólio de varejo do banco Bradesco. Através da financeira *ibi* observa-se o direcionamento dos investimentos e ações para determinadas atividades e lugares, “ignorando todos os demais lugares e demandas sociais” (SCHERMA & KAHIL, 2011).

Essas associações entre financeiras/ grandes bancos e redes varejistas operam com vistas a acessar o cadastro de clientes das lojas de varejo, a fim de ampliar sua cartela de clientes e possibilidades de oferta de serviços e produtos financeiros (CINTRA, 2006).

Ainda, o mercado de concessão de crédito conta com mais um importante agente, o qual pode ser hoje comparado, de certo modo e guardadas as proporções, ao que são as agências de *rating* para o mercado internacional de crédito: o Serasa

Experian, o qual atua na classificação dos consumidores, de acordo com a análise de inúmeras variáveis pessoais do cliente. Conforme Milton Santos e Maria Laura Silveira compreende-se a ação desse instrumento técnico, científico e informacional, como dado indispensável para a configuração dos usos do território, especialmente em se tratando

“(...) do estudo do povoamento, abordado sobretudo em sua associação com os sistemas de movimentos de homens, capitais, produtos, mercadoria, serviços, mensagens, ordens.”

(SANTOS & SILVEIRA, 2001, p.21)

A análise do serviço oferecido pelo Serasa Experian, chamado Mosaic nos ajuda a compreender a questão levantada. Esse serviço, o qual oferece a “melhor e mais completa classificação de consumidores do mercado brasileiro” conforme anunciado pela própria empresa em seu site foi desenvolvido com base em banco de dados com 400 variáveis, englobando:

- Informações de marketing
- Informação de consumo
- Perfil de comportamento de crédito
- Censo Nacional
- Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar (PNAD – IBGE)
- Pesquisas de mercado e comportamento do consumidor

Trata-se do maior banco de dados de consumidores da America latina, sendo que a empresa oferece uma vasta gama de serviços voltados ao *rating* (classificação) de consumidores visando a seleção da concessão de crédito. No serviço Mosaic, como pode ser observado na Figura 01, a segmentação social se dá de maneira absolutamente clara; segundo o site trata-se se uma “prospecção inteligente e segmentada” que visa o conhecimento do perfil dos consumidores, assim como o estudo indica ser possível conhecer as melhores localidades para abertura de novos negócios, de acordo com perfil e segmento sócio- espacial. É vendido também como uma ferramenta de geomarketing, ou seja, o Serasa Experian demonstra amplo conhecimento das condições sócioespaciais brasileiras, a partir da qualificação e localização dos mercados-alvo de seus clientes, e dessa forma reduz o custo de prospecção e promove a maximização dos resultados financeiros.

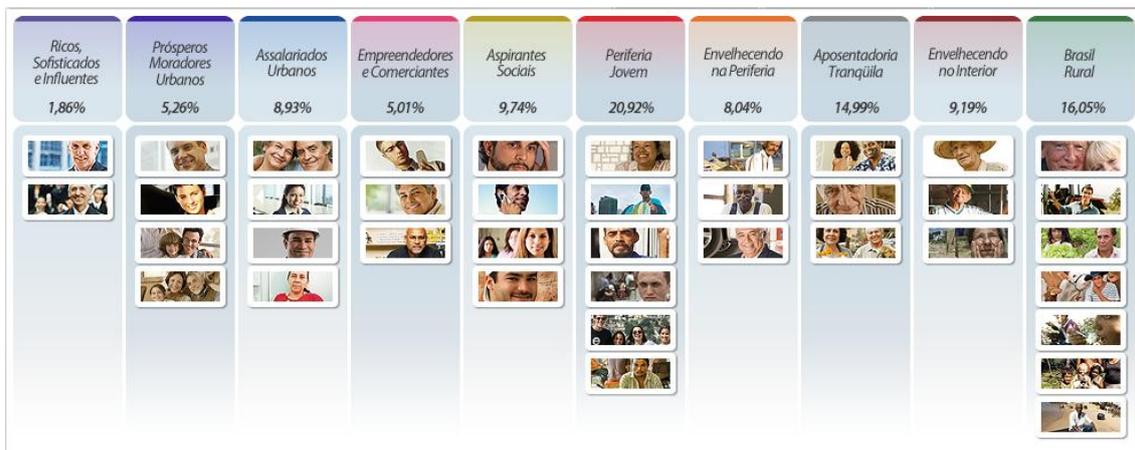


Fig. 01 – Segmentação social de consumidores, do serviço Mosaic – Serasa Experian.

FONTE: SERASA EXPERIAN: <http://www.serasaexperian.com.br/mosaic/segmentacao.html>

É interessante notar que a maior concentração populacional (cerca de 21%) se dá justamente no segmento que o Mosaic chama de PERIFERIA JOVEM, com sub

divisões como: Jovem na informalidade, Excluídos do Sistema, Estudantes da Periferia. Assim como possui a segmentação de mais alto nível de renda, que representa pouco menos de 2% do total analisado, ou seja, os “ricos, sofisticados e influentes” (SERASA EXPERIAN, 2012). Dessa forma, torna-se ainda mais óbvio que o mercado de concessão de crédito tem um objetivo, e que a creditização das camadas populares resulta da hipercapilaridade de ação dos grupos econômicos hegemônicos, associado a ferramentas que possibilitam o direcionamento selecionado e pontual: “Conheça os grupos e segmentos de consumidores ali presentes para saber o potencial de cada local⁷”. Possibilita-se assim a aceleração de mecanismos de busca, utilizando informações sobre taxas de inadimplência por tipo de devedor e empréstimos, em um “(...) espaço informado para agentes hegemônicos (...)” (SANTOS & SILVEIRA, 2001).

O SERASA EXPERIAN claramente surge como uma resposta a expansão do crédito pessoal, uma vez que se viu necessário o aperfeiçoamento de técnicas e tecnologias de informação, de circulação de informações de dados de maneira mais veloz e fluida, a fim de realizar uma melhor coleta e um melhor processamento de dados sobre os empréstimos e os tomadores desses empréstimos (CINTRA, 2006).

⁷ Extraído do site do próprio Serasa Experian: <http://www.serasaexperian.com.br/mosaic/aplicacao.html>

1.2: As financeiras e os novos objetos técnicos: uma simbiose

Lembrando que as técnicas são formas de fazer (SANTOS, 2002) é importante a compreensão de que um objeto técnico é um objeto, no sentido mais singelo da palavra, o qual é utilizado para se concretizar uma determinada ação, ou seja, para se fazer algo de uma certa maneira. O funcionamento dos objetos técnicos, os quais são sem dúvida hoje, altamente especializados, se realiza a partir da imposição concomitante de bases normativas, tecnicamente rígidas. Esse procedimento é a matriz da fluidez espacial que ocorre no atual período histórico, uma matriz de homogeneização técnica (SILVEIRA, 1997).

Nesse sentido, as financeiras fazem hoje amplo uso de um objeto técnico: o cartão de crédito. Trata-se basicamente de um instrumento de compra em estabelecimentos variados, com um limite pré-estabelecido. Pensa-se nesse “dinheiro de plástico” sem a consideração adequada de sua relevância e impacto no cotidiano e no amplo espectro que vem formando essa tomada de crédito por pessoas físicas e jurídicas. Segundo GERMAIN (1997, p.17), a ideia do crédito representa nada mais que uma invenção social, “(...) in which fungible assets are exchanged for future promises to pay (...)” ou ainda, nas palavras de BAUDRILLARD (2004), representa o “milagre da compra”.

A expansão do crédito ao consumidor, que de fato tem uma nítida representação no aumento exponencial do número de cartões de crédito, é, portanto parte do processo de integração do sistema financeiro mundial. Idealizado nos EUA em

1950 por Frank McNamara e chamado de Diners Club⁸, o primeiro cartão se tratava de uma ferramenta em sua forma de plástico, para facilitar transações financeiras entre indivíduos com rendas mensais pré-aprovadas; ao longo do tempo passou a ter um caráter multi-finalitário. Inicialmente com 200 membros, alcança a marca de 42000 membros um ano após o seu lançamento e se expande territorialmente pelos Estados Unidos, chegando às maiores cidades do país. Em 1959, o número de membros do cartão chega a 1 milhão. Assim, no início dos anos 60, já era aceito em mais de 60 países. No ano de 1958 o banco americano Bank of America, cria o BankAmericard de forma a sistematizar de fato o uso desse novo objeto técnico ao mercado bancarizado.

Os primeiros sistemas de pagamentos eletrônicos surgiram no início dos anos 70, quando foram introduzidos os cartões de crédito com tarja magnética e a aprovação automatizada das suas operações. Em 1975, novamente o Diners Club⁹ foi o primeiro a desenvolver o cartão de crédito corporativo, surgindo assim o segmento para empresas de grande porte (ZOUAIN, D. et alli, 2007).

Hoje, conforme MACHADO (2002) as grandes multinacionais financeiras e bancárias que exploram o mercado mundial de cartões de crédito (como Visa, Mastercard, American Express, etc.) se baseiam em operações em rede e transferência

⁸ Em referência direta a criação da ideia do clube de crédito dentro de um habitat seletivo e hierarquizado: locais, nos quais a elite americana se reunia para jantares. Da palavra inglesa diner, que em português significa, jantar.

⁹A importância do cartão de crédito se mostra ainda mais relevante dos anos 80, quando o Diners Club é adquirido pela gigante Citicorp (do grupo Citibank).

eletrônica de dinheiro, de maneira que esse sistema financeiro envolve cada país e cada cidade integrante.

Tem-se assim que a importância da unicidade técnica é tamanha que não é possível a compreensão do atual período histórico sem a análise da conformação das redes corporativas especialmente, das financeiras. Como afirma Milton Santos:

“Os objetos criados deliberadamente e com intenção mercantil são movidos por uma informação concebida cientificamente, através de um sistema de ações subordinado a uma mais-valia mundial.”

(SANTOS, 2002, p.216)

Os avanços na tecnologia da informação conformam indubitavelmente a condição para a expansão desse objeto técnico, e esse mesmo objeto, que foi condicionado pela tecnociência (SANTOS, 2002), se torna também condição e incentivo para a creditização da sociedade. Como salienta Lia Osório Machado, o cartão de crédito permite uma maior conjugação entre setor comercial e financeiro, e acrescentamos, entre circuito inferior e superior da economia¹⁰, uma vez que “qualquer firma com grande clientela [pode oferecer](...) versões genéricas de serviços

¹⁰ Fundamentalmente, ambos os circuitos se diferenciam pelos distintos graus de tecnologia e capitalização em suas atividades. Tanto o circuito superior como o inferior são definidos pelo conjunto de atividades realizadas “(...) em um certo contexto” (SANTOS, 1979, p.33) e pelo setor da população que está ligado pelo trabalho e pelo consumo. É importante a ressalva de que as atividades do circuito superior dispõe de crédito bancário institucional facilitado, enquanto que no âmbito do circuito inferior o crédito utilizado é largamente o pessoal direto, junto a agências que praticam maiores taxas e juros. De forma simples, o circuito superior engloba: bancos, indústria urbana moderna, serviços modernos. Já o circuito inferior, é caracterizado pelas formas descapitalizadas de serviço.

financeiros” (como empréstimos, depósitos, cartões de crédito e seguro limitado) (MACHADO, 2002, p.48).

É bastante interessante o destaque para a operacionalização do funcionamento desse objeto técnico, uma vez que a incorporação da informação científicizada, de fato provém de um sistema de ações mais amplo e hegemônico.

As operações de crédito são autorizadas, compensadas e liquidadas por meio de redes privadas, as quais são mantidas pelas próprias credenciadoras dos cartões ou então, por instituições financeiras a elas associadas, sendo que hoje, são realizadas online. Dada a convergência dos momentos (SANTOS, 2009), possibilitada pela telemática, esse processamento é simultâneo para todas as partes envolvidas (ZOUAIN et alli, 2007).

As relações estabelecidas no âmbito de uma transação financeira a crédito (Fig.02) ocorrem entre os seguintes agentes, conforme ZOUAIN et alli (2007) e ABECS (2012):

- **Portador do cartão:** é o indivíduo ou empresa que de fato contratou o serviço, e que será responsabilizado pelo pagamento das faturas porvir, ou seja, é quem utiliza o cartão para fazer compras.

- **Emissor:** é a empresa responsável pelo fornecimento do cartão e pela cobrança ao cliente, podendo ser um banco ou uma instituição financeira não bancária, como é o caso do Banco Ibi.

- **Credenciado:** é a empresa ou autônomo que aceita o cartão para o pagamento de bens e serviços. Faz uso de equipamentos eletrônicos, disponibilizados pela credenciadora, para captura e submissão de transações com cartões.

- **Credenciadora:** fornece a base operacional (o terminal de ponto de venda) para o credenciado, faz a manutenção dos terminais de captura, a transmissão dos dados das transações eletrônicas e deposita os fundos em sua conta corrente (exemplo: Cielo)

- **Bandeira:** é a empresa que coordena o sistema de aprovação – compensação - liquidação das transações financeiras efetuadas. (Ex. Visa, Mastercard, Elo)

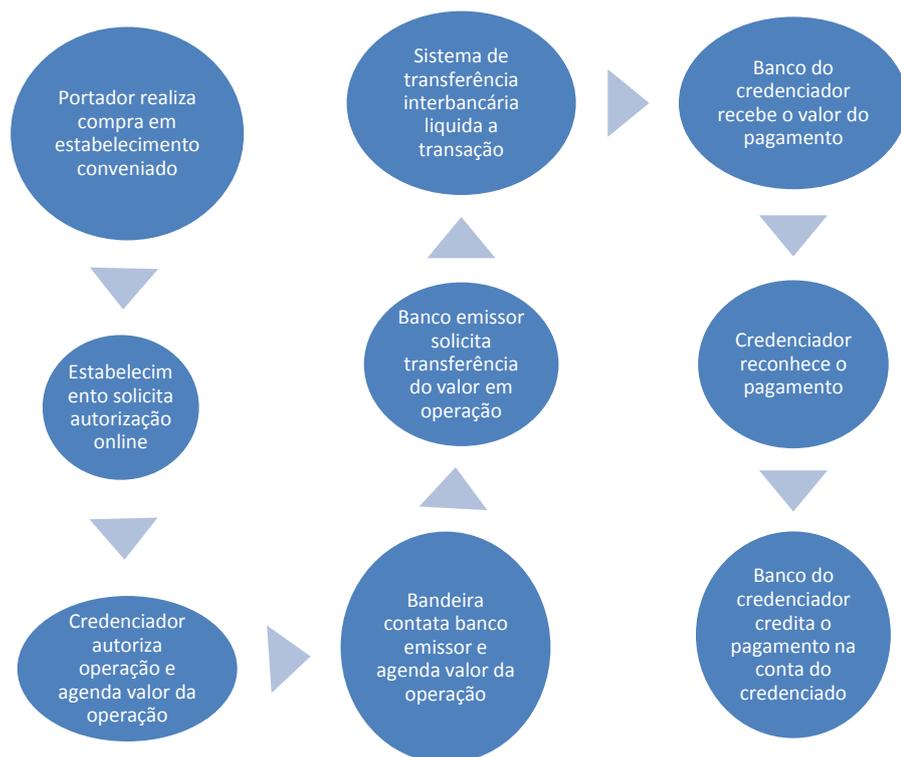


Fig.02: Organograma dos fluxos da operação financeira via cartão de crédito. FONTE: ZOUAIN et alli, 2007.

Adaptação da autora.

Em 1995, o Brasil registrou 4,5 milhões de portadores desses cartões, perfazendo 28,4% da população economicamente ativa (MACHADO, 2002). A expansão do cartão de crédito representaria uma mudança cultural, tomando por base a alteração de hábitos de consumo da população brasileira, em especial, a população de média e baixa renda, indicando o início da convivência desses segmentos com o endividamento.

Tabela 01	(% em relação ao total de famílias)		
	Total de endividados	Dívidas ou contas em atraso	Não terão condições de pagar
Dezembro de 2010	58,3	23,5	8,3
Dezembro de 2011	58,6	21,2	7,2
Dezembro de 2012	60,7	21,7	7,0

Elaborado pela autora – FONTE: CNC, 2011; CNC, 2012

Acerca da temática do crédito, destaca-se que o percentual de famílias que relataram ter dívidas¹¹ aumentou em dezembro de 2012, alcançando 60,7% do total, ante 58,6%, em dezembro de 2011 (CNC, 2012) – Tabela 01. A Região Concentrada¹² absorve mais da metade da média desse endividamento familiar nacional (Anexo 2), seguida pela região Nordeste, com cerca de 25%. É interessante também o destaque

¹¹ Considerando-se os seguintes: cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguros.

¹² A Região Concentrada é parte de um sugestão de Milton Santos para renovar a regionalização brasileira, com base nos impactos sofridos pelo território a partir das modernizações, da velocidade das inovações. Dessa forma, a Região Concentrada seria caracterizada pela presença e difusão mais acelerada e também mais complexa dessas inovações, além, conforme ELIAS (2002), de uma “ (...) contínua renovação das forças produtivas e do território, que responderam com grande velocidade às necessidades colocadas pelos agentes econômicos hegemônicos”. É composta pelas Regiões Sudeste, Sul e partes da Centro-Oeste.

para a importância do cartão de crédito na realização de dívidas (Tabela 2), tanto no âmbito das famílias com renda até 10 salários mínimo, quanto as famílias que recebem mais de 10 salários mínimos, com uma ligeira concentração nas faixas de renda mais elevada, denotando que as bases desse objeto técnico ainda se fundamentam no circuito superior da economia. O crédito pessoal aparece como forma de endividamento também bastante usual, especialmente para as famílias com rendas menores, não sendo, no entanto, exclusiva dessa faixa sócioeconômica (Tabela 02).

Tabela 2 Distinção por tipo de dívida (% em relação ao total de famílias)

	TOTAL	Renda familiar mensal	
		ATÉ 10 salários mínimos	MAIS de 10 salários mínimos
Cartão de crédito	73,1	73,1	73,4
Cheque especial	6,0	5,6	8,7
Crédito pessoal	11,0	11,2	9,2
Carnês	21,5	22,4	13,5

Elaborado pela autora. FONTE: CNC, 2011

Segundo dados do Banco Central Brasileiro, existiam em 2010, 87 milhões de cartões de crédito ativos, isso é, cartões utilizados ao menos em uma transação financeira. Comparativamente, no ano de 2004, esse número beirava os 20 milhões de unidades. Ainda de acordo com o Banco Central, o número de terminais de acesso ao cartão de crédito, cresceu vertiginosamente, entre 2005 e 2008, de 2 milhões para 5,5 milhões. Esses dados indicam que a rede capilar das agências de crédito, ou seja, que a creditização do território brasileiro vem sendo adensada continuamente, acessando todas as regiões do país, inclusive com aumento absolutamente notável nas regiões brasileiras mais pobres. Ressalta-se que o valor médio das dívidas nas capitais brasileiras, em 2011, ultrapassava R\$ 1.500,00, representando um comprometimento

torno de 30% da renda familiar, não se incluindo nesse cálculo os valores pagos em juros. Conforme o FECOMERCIO SP (2011), em 2010, as famílias teriam desembolsado R\$ 141,2 bilhões em pagamento de juros, e em 2011, esse valor aumentou para R\$ 183,5 bilhões. Esses valores impressionantes são possíveis pela falta de regulamentação acerca da cobrança de juros no país, especialmente no que tange aos empréstimos e compras parceladas às pessoas físicas.

Capítulo 2: A financeira ibi e os usos do território brasileiro

Em 1841 os irmãos holandeses Clemens e August Brenninkmeijer fundam a companhia de produtos têxteis chamada C&A, a qual vendia produtos de vestuário pronto (retail) – modalidade incomum à época. Antes de se estabelecerem na cidade holandesa de Sneek, os irmãos vendiam tecidos e linhas de porta em porta. Vinte anos depois, na mesma cidade, abiram a primeira loja C&A com a ideia de vender roupas prontas para vestir, com boa qualidade e tamanhos padrão (C&A, 2012).

O início da expansão da empresa (Tabela 03) se deu em 1911, com a abertura de uma filial em Berlim, seguida de outra em Londres (1922), Nova York (1948) e Bélgica (1963). Ao longo das décadas de 1970 e 1980 a rede C&A se expande em outros 9 países, iniciando também sua entrada no ramo financeiro, na Europa, em 1969 e no Brasil, no ano de 1976, instalando-se no Shopping Ibirapuera em São Paulo.

Em meados dos anos 1980, a C&A lança no Brasil os cartões *private label*¹³ da loja, financiando as compras dos consumidores, nesse momento, por conta própria, isso quer dizer, sem a participação de qualquer banco.

Em 1999 a C&A cria uma empresa chamada REDEVCO, que teria por função a assistência no âmbito de negócios imobiliários. No decorrer dos anos 2000, a empresa holandesa sofreria a descontinuidade de suas atividades na Dinamarca e Reino Unido, em contrapartida, estabeleceria forte presença nos países do leste europeu, tanto no ramo de vestuário como na área de imóveis. Com a criação da Holding COFRA, uma

¹³ Cartão com a marca própria do estabelecimento, auferindo fidelização da marca pelos clientes, assim como condições especiais de compra.

operação da família Breeninkmeijer, ocorre o nascimento de um braço financeiro da empresa, a Bregal Investimentos, que hoje já possui um portfólio de 7 bilhões de Euros. O banco Ibi, criação da empresa holandesa visando o mercado de média e baixa renda no Brasil, é estabelecido em 2002, seguido em 2005 pelo Ibi México, ambos vendidos ao Bradesco em 2009 e 2010, respectivamente, em uma estratégia da Holding COFRA de seleção de mercados financeiros.

Tabela 03 - Levantamento histórico

1861	– abertura da primeira loja C&A, na Holanda
1911	– abertura de filial em Berlim
1922	– abertura de filial em Londres
1970	} Expansão para França, Espanha, Canadá, Suíça, Japão, Luxemburgo, Brasil, Áustria, Dinamarca, Portugal, Argentina
1990	
1976	– início das atividades financeiras no Brasil
1999	– criação da REDEVCO
2000	– fim das atividades da C&A na Dinamarca e Reino Unido
2001	– criação da COFRA Group criação da Bregal Investimentos
2002	– abertura do Banco Ibi no Brasil
2004	– fim das atividades da C&A nos EUA
2005	– abertura do Banco Ibi México
2009	– fim das atividades da C&A na Argentina venda do Banco Ibi Brasil ao Bradesco
2010	– venda do Banco Ibi México ao Bradesco

O **Banco ibi** foi integrado à Organização Bradesco¹⁴ em junho de 2009, já como um banco múltiplo bastante consolidado no mercado enquanto braço financeiro das lojas C&A (Fig. 03). A operação de aquisição foi realizada no total de R\$ 1,4 bilhão em ações do Banco Bradesco, sendo que foram incorporados 23 milhões de clientes à carteira de crédito do Bradesco (EXAME, 2009). O total de ações entregues ao Grupo COFRA equivale, conforme publicação do jornal Estado de S.Paulo¹⁵, a 1,6% do capital social do Bradesco. Além da incorporação de 100% das ações do ibi (que inclui: Banco ibi, ibi Corretora de Seguros LTDA, ibi Promotora de vendas LTDA e ibi Participações LTDA) a aquisição gera uma parceria para os próximos 20 anos com as lojas C&A, nas quais o Bradesco poderá comercializar produtos e serviços financeiros.

¹⁴ Com a aquisição, o Bradesco eleva sua base de cartões de crédito private label de 13,3 milhões para 34,1 milhões, segundo dados do fim de 2008 divulgados pelo banco. Enquanto isso, a base de cartões bandeirados do banco passa de 22 milhões para 31,8 milhões.

¹⁵ “Bradesco compra Banco ibi, da C&A por R\$ 1,4 bilhão em ações” – Estado de São Paulo, 05 de junho de 2009.

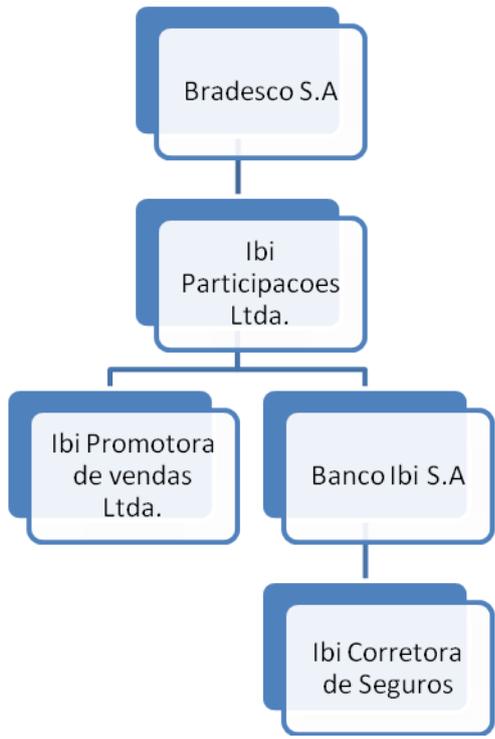


Fig. 03: Organograma do Banco ibi após venda para Banco Bradesco.

Fonte: BDO - TREVISAN, 2009; BRADESCO, 2011

Dessa maneira, o Banco Bradesco amplia principalmente sua inserção no mercado de cartões de crédito. Em 2010, o Bradesco compra o Banco ibi mexicano, possibilitando que o banco brasileiro desenvolva nesse país o mesmo tipo de varejo financeiro com cartão.

O Banco ibi se constitui hoje como uma instituição especializada no varejo, oferecendo “(...) produtos e serviços financeiros e (gerenciando) uma base de mais de 20 milhões de clientes. O ibi administra cartões de loja (Private Label), cartões de crédito com as bandeiras Visa e MasterCard, empréstimo pessoal e seguros

diversos.”¹⁶ Administra, por meio de 13 parcerias no ramo de varejo, um total de 48 tipos diferentes de cartões de crédito¹⁷, vendidos pela financeira a partir da indicação da faixa de renda, com concentração na faixa de R\$ 201 a R\$ 300, contabilizando 22 diferentes cartões, e entre R\$500 e R\$ 1.000, com 09 cartões.¹⁸ Nesse contexto, conta com mais de 600 pontos de venda, considerando lojas próprias e lojas de grupos parceiros, a exemplo do Grupo Angeloni, terceiro maior grupo de supermercados da região Sul do país, contando com 22 lojas, 19 farmácias e 06 postos de combustível. Nesse contexto, o IBI atua no “clube Angeloni”, com o oferecimento de vários cartões de crédito, sob bandeiras distintas, para diversas faixas de renda mensal.

Em 2009 as informações adquiridas pela consultoria BDO - Trevisan indicavam um total de 727 lojas, distribuídas por 23 estados, sendo que em janeiro daquele ano, contabilizavam-se 168 unidades localizadas na rede C&A, 147 unidades de agências próprias IBI e 412 unidades de demais parcerias. Em termos percentuais, a

¹⁶ Disponível em <http://www.ibi.com.br/institucional/sobre-ibi/> . Acessado em julho de 2011

¹⁷ Incluindo C&A Visa Nacional, C&A Visa Internacional, C&A Visa Gold, C&A Mastercard Nacional, C&A Mastercard Internacional, C&A Mastercard Gold, C&A +, C&A Arco Íris, Arco Íris Mastercard, Balizi Mastercard Internacional, Bonanza Mastercard Nacional, Cattani Mastercard Nacional, Clube Angeloni Mastercard Internacional, Clube Angeloni Mastercard Nacional, Clube Angeloni Mastercard Gold, Colombo Mastercard Internacional, Colombo Mastercard Nacional, Makro, Makro Mastercard Internacional, Makro Mastercard Nacional, Makro Visa Internacional, Makro Visa Nacional, Dotz Mastercard Gold, Dotz Mastercard Internacional, Pague Menos, Lojas Rede, Dorinho's e Le Biscuit, Casas Bahia Visa, Casas Bahia Mastercard, Cartão Esplanada, Cartão Colombo Visa (IBI, 2012)

¹⁸ Compilação através de <http://www.ibi.com.br/para-voce/Produtos/cartao/>, acessado em julho de 2011

participação das unidades C&A representam mais de 75% dos recebíveis de crédito do banco Múltiplo Ibi.

A leitura do Relatório de Análise Econômica e Financeira do Bradesco, a princípio uma divulgação de resultados para investidores do banco, traz à tona algumas informações de interesse mais amplo, ao passo que elenca aumentos de lucro impressionantes baseados principalmente na concessão de crédito. Entre o 1º semestre de 2010 e o mesmo período de 2011 houve um crescimento de quase 20% no volume de operações do banco que rendem juros, sendo que basicamente relacionam-se com “(i) aumento do resultado com *crédito* originado do incremento do volume de negócios; (ii) maior resultado da margem de *Captações*; e (iii) maior resultado obtido na margem de *Seguros*” (Relatório de análise econômica do Bradesco, 2011). É importante salientar ainda a orientação desse crescimento financeiro do Bradesco, que contou com um incremento no número de correntistas¹⁹, no aumento do faturamento com cartões de crédito²⁰ e crédito pessoal, sendo que a participação de pessoas físicas²¹ nesses segmentos aumentou em quase 15%. As chamadas

¹⁹ Incremento de 2.1 milhões de novas contas entre 2010 e 2011. (Relatório de Análise Financeira do Bradesco, 2011, p.12)

²⁰ Decorrente do aumento da base de cartões e do faturamento, além do aumento nas participações acionárias detidas na Visavale e na Cielo. (Relatório de Análise Financeira do Bradesco, 2011, p.12)

²¹ Em relação aos últimos 12 meses, a evolução da carteira foi de 23,1%, sendo: (i) 28,1% nas Grandes Empresas; (ii) 26,9% nas Micro, Pequenas e Médias Empresas; e (iii) 14,6% nas Pessoas Físicas. Para as Pessoas Físicas, os produtos que apresentaram maior crescimento nos últimos 12 meses foram: (i) financiamento imobiliário; (ii) crédito pessoal consignado; (iii) crédito rural; e (iv) repasse do BNDES/Finame (Relatório de Análise Financeira do Bradesco, 2011)

“operações de Financiamento Direto ao Consumo (FIDC)”²² se traduziram no ano de 2011, em um volume total de R\$ 80 bilhões, quase R\$ 10 bilhões a mais que no ano anterior.

Leila Dias (2006) elenca uma importante variável, passível de incorporação na introdução da temática dos usos do território pelas instituições financeiras, ao posicionar as redes como um recorte de análise para a compreensão da organização do território brasileiro, enquanto justificativa das verticalidades. A financeira ibi se mostra claramente um agente no âmbito da postulação de estratégias de ação da Organização Bradesco no que tange à capilarização de sua rede financeira. O ibi funciona, portanto como uma mudança de escala das operações do Bradesco, de maneira que age no âmbito dos grandes centros, captando recursos de uma parcela da população que vê no crédito uma via para a melhora de qualidade de vida, tendo o consumo como conceito, e em esfera ainda mais desalentadora, para fugir das carências do Estado. Compreende-se dessa forma que a ação do ibi no território brasileiro se dá justamente pela conjuntura que vem se reproduzindo no país, desde os anos 1990, com a exacerbação dos ideais neoliberais e privatizações de amplos serviços básicos.

É importante destacar a complementaridade entre os circuitos superior e inferior da economia, justamente pelo domínio da publicidade realizada por aquele, a fim de atingir as camadas mais pobres, no ponto mesmo que se faz mais nevrálgico, e ao qual o Estado vem se eximindo (SILVEIRA,2009): o acesso a serviços universais. Serviços estes que, segundo André Gorz (2005), são subtraídos às bases da privatização

²² Englobam CDC/*Leasing* de veículos, crédito pessoal, financiamento de bens, cartão de crédito rotativo, compras à vista e parcelamento ao lojista.

de tudo, gerando cada vez mais um distanciamento entre criação de valor e criação de riqueza. Dessa maneira é postulada a exigência da criação de formas sociais dentro das quais essa contradição se mova e se realize. Conforme Maria Laura Silveira ocorre a busca pela ampliação de um sistema “(...) que foi criado para o limite e as pretensas soluções são o crédito educativo, o seguro de saúde, a previdência particular.” (SILVEIRA, 2008)

Uma análise possível dessa afirmação perpassa então pela crescente concessão de crédito pessoal nas últimas décadas (SILVEIRA, 2009; SCHERMA, 2010), tratando-se do fenômeno da financeirização da pobreza, ou seja, o endividamento é tido como um mecanismo que permite gerar riqueza: como analisa OLIVEIRA (2011), do aumento dos riscos associados às operações de crédito decorre um processo chamado de securitização, que significa a gestão da inadimplência dos clientes da rede de varejo por um banco. As redes que se associam a esses bancos operam então com maior ênfase na concessão de crédito e vendas à prazo, em troca da transferência da carteira de crédito de seus clientes. Assim, as redes de varejo passam a atuar como correspondentes bancários. É o caso do Banco ibi dentro da rede de varejo C&A, uma vez que além dos próprios cartões de suas lojas, passam a “(...) oferecer a seus clientes operações de empréstimo pessoal, e encaminhamento de propostas de abertura de contas.” (OLIVEIRA, 2011)

É fundamental atentar para a definição elaborada por Ricardo Scherma acerca dos bancos múltiplos e financeiras, os quais o autor caracteriza como agentes ligados a grandes grupos financeiros, atuantes em todo o território e os quais exercem uma função política e econômica absolutamente ativa em termos de alterações da dinâmica territorial brasileira, enfatizando a importância do crédito nesse processo quando

vinculado às necessidades de consumo (SCHERMA, 2009). Parte-se da ideia de que as financeiras se integram ao território como braço desses grandes conglomerados – nacionais e estrangeiros – a fim de operar em duas frentes: a captação de capital-dinheiro e a concessão de crédito. É notável a instrumentalização do consumidor e o desmantelamento do cidadão, em função da atuação de novos agentes econômicos, portadores de um projeto regido pela lógica do capital na fronteira do século XXI.

2.1: Uma topologia regional

A regionalização do território, a partir da proposta elaborada por Milton Santos e Maria Laura Silveira (2001), com a divisão do território brasileiro em Região Concentrada²³, Nordeste, Amazônia e Centro-Oeste, é bastante útil a esta análise, assim como o estudo da REGIC (2007), que determina a hierarquia da rede urbana de acordo com 4 conceituações de base:

Metrópoles: são caracterizadas pelo grande porte populacional e, ampla e polarizadora relação interurbana. O conjunto foi dividido em três sub-níveis:

a. Grande metrópole nacional – São Paulo

²³ A ideia de Região Concentrada se refere à existência e ao uso desigual dos objetos técnicos. É sabido que tanto ações como objetos modernos tendem a se concentrar em certas regiões do país, enquanto o restante do território nacional apresenta a falta dessa infraestrutura, contando apenas com manchas e pontos isolados, nos quais a modernidade se reproduz. (SANTOS & SILVEIRA, 2001)

b. Metrópole nacional – Rio de Janeiro e Brasília: também estão no primeiro nível da gestão territorial. Juntamente com São Paulo, constituem foco para centros localizados em todo o País;

c. Metrópole – Manaus, Belém, Fortaleza, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Curitiba, Goiânia e Porto, Alegre: constituem o segundo nível da gestão territorial.

Centro sub-regional – centros com atividades de gestão menos complexas, predominantemente entre os níveis 4 e 5 da gestão territorial; têm área de atua o mais reduzida, e seus relacionamentos com centros externos à sua própria rede d o-se, em geral, apenas com as três metrópoles nacionais. Com presença mais adensada nas áreas de maior ocupa o do Nordeste e do Centro-Sul, e mais esparsa nos espaços menos densamente povoados das Regiões Norte e Centro-Oeste.

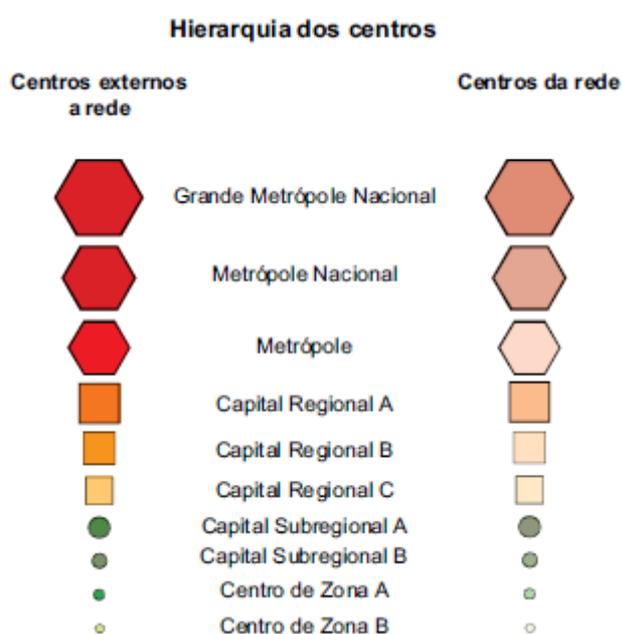
Capital regional – centros que, como as metrópoles, também se relacionam com o estrato superior da rede urbana. Têm  rea de influência de âmbito regional, sendo referidas como destino, para um conjunto de atividades, por grande número de municípios.

Centro de zona – cidades de menor porte e com atua o restrita à sua área imediata; exercem fun es de gestão elementares.

Centro local – (4.473 cidades): centralidade e atua o não extrapolam os limites do seu município, servindo apenas aos seus habitantes, têm popula o predominantemente inferior a 10 mil habitantes

Para fins didáticos, serão anexadas figuras representativas de cada capital analisada, no âmbito de suas respectivas regiões de influência e da comparação com o mapeamento realizado (Mapa 01), e para tanto, segue abaixo legenda que deve ser usada para todas as figuras:

Legenda



FONTE: REGIC, 2007

Brasília

Brasília se constitui atualmente como principal centro urbano da região centro Oeste, sendo a metrópole política nacional, cuja rede de influência considerada pelo REGIC (2007) representa 2,5% do País e 4,3% do PIB nacional, não contando com municípios próximos como capitais regionais (Fig. 04). A cidade tem uma característica

clara e específica, conforme PAVIANI (1989) apud MONTENEGRO (2011), que foi o planejamento da periferização urbana, ou seja, o Plano Piloto, firmado como pólo da classe elitizada se contrasta com inúmeras cidades satélite, caracterizadas pelos assentamentos precários, criados a partir de um adensamento populacional desordenado ao longo dos eixos viários do Plano Piloto (LEME e GUIMARÃES, s/data). As cidades satélite apresentam falta de infraestrutura e baixos rendimentos mensais, e se estruturam a partir de duas bases: a migração de trabalhadores durante a década de 50 para a construção de Brasília e a posterior ação do Estado de remoção de núcleos de favelização das proximidades do Plano Piloto (MONTENEGRO, 2011; DERBLI, 2010), contando com uma incidência de pobreza de 37,7% (IBGE, 2003).

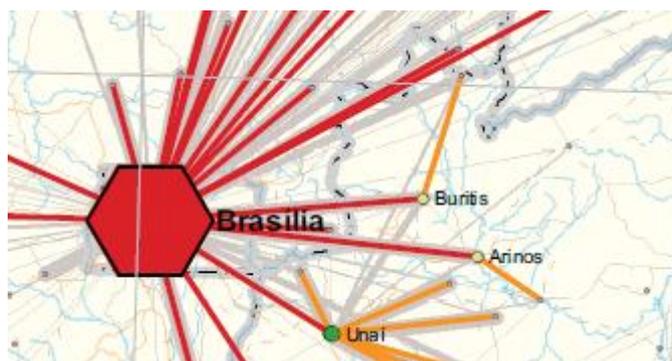


Fig. 04 - Região de influência – BRASÍLIA/DF – FONTE: REGIC,2007

Outro fator importante é a questão das setorizações extremamente rígidas em Brasília, o que significa uma grande burocracia e elevados custos do solo, fatores que impedem a incorporação do espaço público pelos setores do circuito inferior da economia, assim como a distância espacial entre os centros de comércio, posto de trabalho e a residência da população de baixa renda se configura em uma realidade de “centrifugação” (MONTENEGRO, 2011) desses agentes. O mercado de trabalho dessa

metrópole se configura majoritariamente pelo emprego em serviços, sendo que nas ultimas décadas o índice de desemprego das faixas menos qualificadas da população tem crescido. Nesse sentido, tem-se que

“a metropolização de Brasília é acompanhada pelo aprofundamento das diferenças de renda entre, de um lado o Plano Piloto e adjacências, e, de outro, as cidades satélites empobrecidas.”

(MONTENEGRO, 2011, p.109)

O espraiamento espacial das agências ibi no território brasiliense se dá em consonância com o modelo rígido e desigual que retrata a cidade, sendo que a população de baixa renda é o objetivo de captação de fundos e de concessão de crédito pessoal do grupo financeiro. Como se pode notar pela Tabela 04, tem-se a distribuição de 6 agências na região polarizada por Brasília (Mapa 01 e Anexo 01), sendo que a única agência localizada no centro do Plano Piloto se encontra no CONIC, centro de compras populares, descrito como um centro absolutamente heterogêneo²⁴, ou seja, absolutamente designado a atuação do circuito inferior urbano.

²⁴ "O Conic tem de tudo. Tem puteiro do lado da Igreja Universal do Reino de Deus. Tem cinema pornô do lado de loja de artigos de umbanda, que por sua vez fica perto de mais de um agiota e de uma boa loja de artigos para skate. Tem restaurante vendendo prato para todos os bolsos furados e para todos os estômagos junkies ou naturebas.(...) É lugar de apropriação (...)." (extraído do site www.overmundo.com.br)

Tabela 04 – Localização das agências ibi no Distrito Federal e comparativo por faixa de renda

Localização das Agências ibi	Distribuição de renda(R\$/hab.) - 2000
Brasília Conic	900 – 1200
Sobradinho Ibi Light	0 – 150
Taquatinga	300 – 600
Ceilândia	0 – 150
Gama	0 – 150
Planaltina Ibi Light	0 – 150

As demais agências vão de encontro à população mais periférica. Conforme levantamento de dados de Marina Montenegro (2011), existem cidades satélite consolidadas, o caso de Taguatinga, e núcleos pauperizados que seguem como cidades dormitório (Planaltina), ainda assim, constituem localidade de interesse do Banco ibi no âmbito de sua estratégia de creditização da população.

O município de Ceilândia, por exemplo, possui uma área urbana de 29,10 Km² e está subdividido em diversos setores: Ceilândia Centro, Ceilândia Sul, Ceilândia Norte, P Sul, P Norte, Setor O, Expansão do Setor O, QNQ, QNR, Setores de Indústria e de Materiais de Construção e condomínios que estão em fase de legalização. Surgiu como resultado da Campanha de Erradicação de Favelas e conta hoje com uma população de 398.374 habitantes (CODEPLAN/PDAD, 2010; DERBLI, 2010). Esse grande contingente populacional de baixa renda tem atraído grandes redes de varejo e de serviços, no entanto o predomínio de atividades está circunscrito ao circuito inferior da economia, com lojas de pequeno porte e ampla gama de serviços não atendidos. Outro fator de referência, no que tange a possibilidade de contratação de crédito pessoal nas cidades listadas na Tabela 01 se refere à questão da moradia, e do aumento vertiginoso dos preços de aluguéis, tanto de casas de alvenaria como de barracos, sendo que em 2007

o valor girava em torno de R\$ 180,00, em 2011 chegou a R\$ 300,00 (MONTENEGRO, 2011).

BELÉM

A Região Metropolitana de Belém é a maior da região Amazônica, contando com 2 milhões de habitantes, sendo que desses, 1,4 milhão são residentes da cidade de Belém (IBGE,2010). Sob sua área de influência encontram-se os estados do Amapá, o próprio Pará e parte de Tocantins e Maranhão (TRINDADE Jr, 2006). A urbanização da cidade de Belém data do século XVII (MONTENEGRO, 2011; SILVA e SANTOS, 2010), sendo historicamente dinamizada: a importância dos canais fluviais é absoluta para a compreensão dos assentamentos humanos realizados e da forma como a cidade de estruturou, sendo, portanto, comando de uma rede urbana ampla, interconectado pela circulação fluvial.

É fundamental ainda, explicitar os 2 momentos da urbanização da cidade, a partir da informação de que Belém foi destino de milhares de migrantes durante as décadas de 1960 e 1970, em busca de oportunidades, vislumbradas a partir da criação de diversos programas governamentais de desenvolvimento regional. No entanto, é sabido que a cidade não apresentava porte industrial para acolhimento de tantos trabalhadores, de forma que estes se integraram ao mercado de trabalho do circuito inferior, realizando “(...) pequenas atividades de sobrevivência.” (MONTENEGRO, 2011, p.202)

1º momento: 1960-1970 – concentração da população pobre em áreas de baixadas, próximas ao centro e desprovidas de infraestrutura urbana.

2º momento: 1980-1990 – população pobre passa a se instalar na periferia distante e em demais cidades da região metropolitana, com explosão demográfica nas cidades vizinhas a Belém. Conforme Marina Montenegro, durante a década de 1990, a população de Belém cresceu 0,32% ao ano, sendo que as demais cidades da Região Metropolitana tiveram aumento anual de 19,5%. Conforme dados do IBGE (2003), a incidência de pobreza da população na capital paraense é de 40%.

Para tanto, a presença de agências de crédito pessoal no município de Belém se contextualiza com a teoria exposta ao longo deste trabalho, como verificamos existem 2 agências ibi em Belém (Mapa 01 e Anexo 01), sendo uma delas localizada em uma das principais ruas da cidade, no bairro de Campina, região central de Belém. Conforme SILVA & SANTOS (2010), essa localidade é caracterizada pela diversidade comercial, contando com estabelecimentos destinados à venda de tecidos, confecções, sapatarias, relojarias e joalherias, lojas de artigos eletrodomésticos, drogarias, óticas, armarinhos, consultórios médicos, escritórios de advocacia e contabilidade. É também notório, segundo as autoras, a presença de ambulantes e camelôs, configurando a espacialidade do circuito inferior da economia local. A informalidade é tida como modo de sobrevivência, como corroborou MONTENEGRO (2011) em seu estudo sobre a cidade. A presença de uma agência ibi nesse contexto concretiza o ideário central da empresa concessionária de crédito pessoal, sendo um local de intensa e heterogênea movimentação de pessoas inseridas no circuito inferior, ou seja, uma grande massa de

gente pobre, que luta por manter-se em um padrão de vida, “(...) que separa a miséria da pobreza.” (MONTENEGRO, 2011, p. 240)

O exemplo da agência ibi localizada no interior do Shopping Castanheira é também absolutamente emblemático da ação objetiva de creditização da população pobre, uma vez que se caracteriza por ser um bairro recente, criado em 1991 após desmembramento da cidade de Ananindeua, com falta de infraestrutura básica adequada e amplo descaso do poder público. Justamente pela alteração de jurisdição municipal, o Castanheira conta com várias ruas sem asfalto ou mesmo saneamento básico instalado. A presença, novamente de uma agência com concessão de crédito facilitada, com a promessa de “não haver consulta no CPF”²⁵, são propagandas extremamente poderosas na captação de consumidores, desconectados de suas bases de cidadão.

No município de Santarém, encontra-se também uma agência do banco múltiplo ibi, à Rua Senador Lameira Bitencourt, região central do município. De maneira semelhante a agência ibi localizada no centro de Belém, trata de rua amplamente comercial e bastante heterogênea na oferta de serviços, que vão desde assessorias contábeis, a análise de crédito e sapatarias. É notório que a instalação dessa agência no município de Santarém se enquadra em um movimento mais amplo do capital, de efetivar a financeirização da pobreza, por meio da capilarização de suas agências (Fig.05). A consolidação de Santarém como cidade se deu em parte em virtude da chamada Febre do ouro, que na década de 60 atraiu inúmeros garimpeiros à região. Posteriormente, com o declínio da extração do ouro, houve efeito sobre toda

²⁵ Propaganda encontrada nos balcões – padronizados – de agências ibi.

a economia municipal: inúmeras lojas de máquinas e equipamentos para garimpo, lojas de compra de ouro, lojas de mantimentos e postos de combustíveis foram fechadas (TOLEDO, 2011), de maneira que Santarém passou a abrigar “(...) o contingente de garimpeiros então desempregados, mão de obra desqualificada não valorizada pelo mercado de trabalho urbano, o que reforçou graves problemas sociais, como o desemprego, déficit habitacional e favelização (...)” (LEÃO e OLIVEIRA, 2010, p.2). A cidade está distante de Belém, capital do estado do Pará, a 780 km por via aérea, 1876 km via terrestre e 955 km via fluvial (TOLEDO, 2011). Em termos econômicos, é a cidade mais importante do oeste paraense, contando com uma população de 262.538 habitantes, sendo, portanto uma cidade que exerce comando e influência sobre as localidades próximas, considerada uma capital regional (REGIC, 2007). Isso se deve em parte ao fato de o estado do Pará ser caracterizado pelos muitos aglomerados urbanos e pouca centralidade (MONTENEGRO, 2011). A construção do Porto de Santarém, datado dos anos 1970 faz também parte da dinâmica econômica e social que se instala no município, sendo uma importante via de escoamento para produtos agrícolas. Conforme Márcio Toledo (2011), a partir de 1990, Santarém torna-se um “novo front” para a produção de soja e arroz no Brasil, lançando conteúdo globalizante e modernizante na tecnologia utilizada na agricultura local, estando essencialmente, voltada para o mercado internacionalizado. Essa nova dinâmica criou demandas por produtos comerciais ligados a venda de maquinário agrícola, e consolidou Santarém como “(...)uma cidade funcional ao agronegócio.”(TOLEDO, 2011)

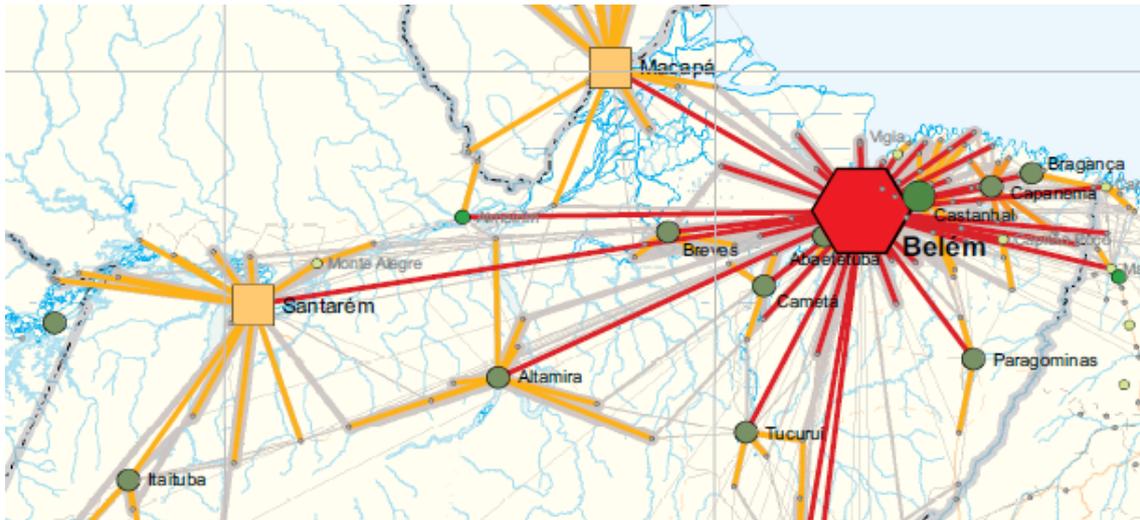


Fig. 05 - Região de influência – BELÉM/PA – FONTE: REGIC, 2007

A conformação de empregos industriais é inexistente, sendo que a população sobrevive basicamente do mercado agrícola e de pequenas fábricas de alimentos, construção civil e beneficiamento de madeira (LEÃO, 2006, p.79 apud TOLEDO, 2011). Dessa forma, tem-se a configuração de uma situação sócio econômica absolutamente interessante às agências de crédito pessoal, com uma população pobre, cujo acesso a direitos sociais como moradia, saúde, educação e saneamento básico são precários, fomentando a ação exposta nos exemplos anteriores.

SÃO PAULO

A cidade de São Paulo se posiciona como uma Metrópole Nacional, exercendo um papel de comando do território brasileiro, e de destaque também em âmbito internacional, uma vez que centraliza os fluxos de dispersão de informações e como centro financeiro nacional. É, no entanto notório, que a expansão da modernidade na cidade também veio acompanhada da expansão da pobreza, somando uma incidência

de pobreza de 28% junto à população residente (IBGE, 2003). MONTENEGRO (2011) ressalta que a população pobre tem sido constantemente e historicamente afetada pelo direcionamento seletivo e privilegiado de recursos e investimentos públicos, assim como pela demanda de atores hegemônicos, cujos objetivos recaem em grande maioria na valorização diferencial do espaço urbano. Trata-se, portanto, de uma metrópole corporativa e fragmentada (SANTOS, 1990).

A metrópole, justamente por sua condição de comando e influência regional e nacional possui 17 agências ibi. Essa condição tem como resultado mais nítido o elevado contingente populacional local com mais de 11 milhões de habitantes (IBGE, 2010), enquanto sua Região Metropolitana, conta com quase 20 milhões.

A cidade de São Paulo apresenta um adensamento da articulação entre o circuito inferior e o que MONTENEGRO (2011) chama de “variáveis da globalização”, ou seja, a TÉCNICA, INFORMAÇÃO, CONSUMO e FINANÇAS, justamente pela crescente modernização da economia e a amplitude tomada pelo fluxo de informação:

“O maior acesso à informação difundida pela mídia, em seus diferentes meios, e a expansão do acesso a certos objetos técnicos entre as diferentes camadas de renda vêm transformando o cotidiano da população pobre e, por conseguinte, afetando o funcionamento do circuito inferior da economia.” (MONTENEGRO, 2011, p.57)

No âmbito das 17 agências listadas do Banco Múltiplo ibi no município de São Paulo, ressaltamos a presença de estações de metro e terminais rodoviários bastante próximos (Terminal São Mateus, Estação Largo Treze, Estação Palmeiras - Barra Funda, Terminal Lapa, Estação Faria Lima, entre outros) sendo uma clara estratégia da empresa a captação de um mercado potencial que circula mediante o transporte público com destino às regiões centrais e de subcentros locais, onde essa população pobre vai consumir e trabalhar. A partir dessa constatação, é possível compreender a importância que tem sido atribuída às periferias metropolitanas, conforme MENDEZ (2007), tais espaços tem sido enxergados como dinâmicos e complexos, ou seja, como potencial e interessante mercado consumidor para o circuito superior da economia, de maneira que as grandes redes de varejo vêm diversificando sua topologia na cidade de São Paulo, buscando esse contingente periférico. Esse fenômeno, claramente é resultado direto da expansão do acesso a crédito pela população, daí a lógica da localização simbiótica entre redes de varejo do circuito superior (como Casas Bahia, Pernambucanas, Lojas Cem e Ponto Frio) e agências que oferecem crédito ao circuito inferior. A crescente presença de agências de instituições financeiras em bairros como Santo Amaro e Campo Limpo aponta para transformações nas práticas de consumo (MONTENEGRO, 2011), vislumbrando que essa ação de capilarização de agências, tem se dado em bairros que, assim como analisado em outras capitais, se encontram em situação de precariedade quanto a quesitos de infraestrutura e serviços sociais básicos, com intensa densidade populacional e predomínio do trabalho informal, com baixos rendimentos mensais (MONTENEGRO, 2011; SEMPLA, 2012), ou seja, tratam-se de grupos populacionais que apresentam graus de vulnerabilidade média, alta e muito alta (SEMPLA, 2012).

FORTALEZA

Uma das metrópoles regionais nordestinas, Fortaleza se enquadra em um contexto ascendente de influência regional, a princípio a partir de dois fatores:

- diversificação econômica
- importância do contingente populacional: 2,5 milhões de habitantes

A economia da capital cearense se baseia na expansão da indústria têxtil e principalmente, da atividade turística. É, no entanto, necessário salientar que assim como outras capitais analisadas, o paradigma da modernização se fixou em espaços específicos e selecionados do território da cidade, sendo que houve um remanejamento da economia urbana assim como da dinâmica sócioespacial visando o posicionamento ideal do turismo. Nesse contexto, tem-se, novamente, a concentração de investimentos privados e públicos para determinados atores e parcelas da cidade (MONTENEGRO, 2011), ou seja, tem-se a criação de espaços seletivos. O turismo se concentra, portanto em áreas consolidadamente elitizadas, mas que no entanto convivem com a presença de moradores de rua, sendo explícita a presença da miséria e pobreza, cuja incidência na cidade Fortaleza beira os 44% (IBGE, 2003), com seus cerca de 310.000 pobres e quase 60% da população vivendo em favelas ou condições muito precárias (MARICATO, 2006). Assim, “(...) Fortaleza não consegue ocultar sua face de metrópole pobre.” (MONTENEGRO, 2011, p.155)

Fortaleza conta com quatro agências do Banco Múltiplo ibi (Mapa 01 e Anexo 01), estando duas delas localizadas na região central, ambas próximas a praças de intensa circulação de pedestres e comércio ambulante, e duas agências instaladas

dentro de shopping centers (North Shopping e Shopping Benfica). Ambos os shoppings se localizam em áreas periféricas, porém consolidadas quanto a infraestrutura básica, como asfaltamento e conexões de saneamento. Trata-se de equipamentos de consumo instalados segundo a lógica das outras capitais, qual seja, o de buscar o consumidor residente nas periferias e instaurar a lógica do consumo. MONTENEGRO (2011) em sua pesquisa salienta que Fortaleza não apresentaria essa dinâmica de circuito superior in loco, porém acreditamos que seja possível complementar sua análise, se houver a distinção entre periferias e periferia da periferia (MONTENEGRO, 2011 apud MARQUES e TORRES, 2005), ou seja, no caso da localização das agências ibi, trata-se, conforme análise de distintos casos, de uma lógica estratégica de estabelecimento de redes de agências, com capilaridade suficiente para integrar-se a população residente em periferias, longe dos centros, porém com alguma infraestrutura. Não foram verificadas agências dessa empresa em núcleos favelizados, constituintes da "periferia da periferia", entendendo tal postulação como uma abrangência tanto espacial como econômica.

É ainda interessante tecer alguns comentários acerca de duas outras agências ibi presentes no território cearense: nas cidades de Juazeiro do Norte e Maracanaú.

Juazeiro do Norte se localiza a cerca de 600 km de distância de Fortaleza, ou seja, trata-se de uma capital regional (REGIC, 2007), e, portanto exerce sua própria área de influência junto a centralidades menores (Fig. 07). Quanto à localização da agência ibi, esta segue a mesma lógica das agências localizadas em áreas centrais de outras capitais, qual seja, a proximidade e facilidade de acesso à população mais pobre, assim como da simbiose com lojas de grande varejo.

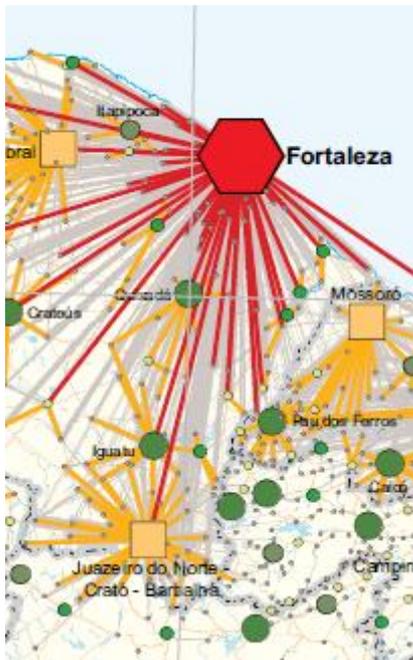


Fig. 07- Região de Influência – FORTALEZA/CE - FONTE: REGIC, 2007

Já Maracanaú é um município surgido em função da expansão industrial do município de Fortaleza, tendo sido criado justamente sob o ideário de dispersão urbana da parte da população pobre residente na capital, conforme CAVALCANTE e MOURÃO (2006). Segundo as autoras, foram construídos grandes conjuntos habitacionais ligados ao distrito industrial, fora da área urbana, visando também prover moradia para a população pobre e a mão de obra para as indústrias. A partir da busca por uma moradia própria, houve também um grande incremento populacional de migrantes em busca desse opção (CAVALCANTE e MOURÃO, 2006). Atualmente trata-se de uma cidade de quase 200 mil habitantes, com elevada densidade populacional, sendo que apenas 6% da população residente de fato usufrui de ofertas de emprego na cidade. Maracanaú é, em grande medida, uma cidade dormitório, em virtude de sua proximidade com a capital cearense (30 km), local de trabalho de

muitos moradores. Em 2003 foi inaugurado o Maracanau Shopping, próximo ao principal conjunto habitacional da cidade e ao centro. A lógica de instalação do ibi no referido shopping, pode ser compreendido pela descrição que o empreendimento oferece em seu site²⁶: "De fácil acesso e grande circulação de pessoas em seu entorno, atende um público médio mensal de 600 mil pessoas, principalmente das classes B, C e D. Hoje o shopping se consolida como o maior complexo comercial da região."

2.2: A metrópole como polarizadora da pobreza

Durante o século XIX, a rede urbana brasileira parecia traduzir-se de maneira análoga a ideia de do geógrafo alemão Walter Christaller, acerca da hierarquização da rede de cidades, estabelecidas a partir de uma divisão social, técnica e territorial do trabalho (BESSA, 2012) cada vez mais ampliada: os centros urbanos estavam subordinados a outros centros, sistematicamente interdependentes, e conduzidos por uma homogeneidade regional econômica, conformando localidades estratificadas e rígidas (tamanho da população e dimensão territorial) que atuavam de maneira semelhante no âmbito da oferta de bens e serviços. A posição de centro urbano seria identificada a partir da disposição de "centralidade", proveniente da função de polarização exercida pelos centros em relação a sua área de influência, ou seja, de seu papel de distribuidora de bens e serviços. Essa centralidade geraria segundo BESSA, uma "(...) diferenciação de caráter hierárquico, determinada a partir do alcance espacial." (BESSA, 2012, p.150)

²⁶ Disponível em <http://www.northshoppingmaracanau.com.br/index.php/o-shopping>

Como foi visto no capítulo, o sistema financeiro nacional não necessitava apenas de instrumentos que possibilitassem alterar as condições de integração bancárias, por meio de sistemas técnicos modernos, mas também de um “sistema técnico-normativo” que desse conta da modernização desse sistema financeiro (SCHERMA, 2009). Nesse sentido, a rede urbana brasileira se desenhava já de maneira hierárquica e seletiva, com a concentração das sedes bancárias no Rio de Janeiro (101 sedes), seguida pelo Estado de São Paulo (74 sedes). A continuação da hierarquia urbana de serviços bancários apresentava então uma grande diferenciação, já que a terceira maior concentração de sedes de bancos se subdividia em 8 cidades (sendo 7 capitais²⁷ e a cidade de Santos/SP), contando cada uma com uma variação de 5 a 14 sedes.

Conforme CORRÊA (1988), os distintos modos de organização urbana “(...) constituem uma dimensão do subdesenvolvimento em sua realização espacialmente desigual, refletindo diferenciais de demanda das atividades produtivas, de densidade demográfica, e padrões de consumo, afetando assim a oferta de bens e serviços.” (CORRÊA, 1988, p.81).

A análise dos circuitos da economia urbana se mostra uma forma interessante de pensar a financeirização da pobreza. Segundo Milton Santos, esses circuitos se dariam a partir da existência de um grupo elitizado e em pequeno número, com altos salários e, portanto, possibilidade de acesso a bens e serviços se contrasta, porém de maneira interligada, com outro grupo social, o qual compreende uma massa de pessoas vivendo com rendas mensais baixíssimas ou ainda vivendo de trabalhos ocasionais.

²⁷ Porto Alegre/RS, Belo Horizonte/MG, Salvador/BA, Aracajú/PE, Recife/ PE, Fortaleza, RN e Belém/PA (SCHERMA, 2009 apud CORRÊA, 1989)

A contextualização da teoria supracitada, portanto, deve ser realizada a luz do século XXI uma vez que no atual período histórico encontram-se novas realidades tecnocientíficas e informacionais, as quais têm interferido no espaço geográfico e, portanto, nas relações entre pessoas e fatores chave da globalização (MONTENEGRO, 2011).

A partir dos anos 1970, com o advento de novos sistemas técnicos a possibilidade de comunicação e transações comerciais, além da maior mobilidade proporcionada pela infraestrutura nacional do modal rodoviário, ampliou-se a organização em rede nos âmbitos da produção e sua distribuição, da prestação de serviços, da gestão pública e econômica, cujos nós são constituídos justamente pelas cidades (REGIC, 2007). Nesse sentido, a noção de rede urbana clássica foi repensada por Milton Santos, que definiria então que a análise da rede urbana deveria ser lida de acordo com a evolução das cidades e não do pensamento da hierarquia por variáveis isoladas. É, no entanto, fundamental reconhecer os centros com funções de liderança, pois são necessários para a análise sob o ângulo dos circuitos da economia. Não se mostra mais possível, portanto, a explicação da rede urbana brasileira a partir da interpretação rígida christalleriana visto que o atual período histórico traz consigo uma grande complexificação da divisão territorial do trabalho, com especializações funcionais bastante amplas (OLIVEIRA, 2008).

A complexificação funcional dos centros passa, portanto a ser variável chave na análise atual da rede urbana brasileira, em função da forma-conteúdo que adquire a dinâmica social dos distintos centros. CORRÊA (1996) coloca que seriam distinguíveis duas atuações em rede, distintas, porém conseqüentes:

1) rede constituída de lugares centrais, na qual cada centro teria uma posição específica (metrópole, capital regional, centro local)

2) rede menos sistemática e com mais irregularidades, na qual cada centro desempenharia um papel singular e complementar aos outros centros

No Brasil, essa dinâmica urbana é marcada pelas profundas desigualdades sócioespaciais, de maneira que

“(...)a rede urbana divide-se entre uma arquitetura clássica desenhada pelos fluxos materiais - muitas vezes limitada aos níveis hierárquicos mais elementares para parcela significativa da população (CORRÊA, 1996) – e os pontos inseridos nas redes globais, mais dinâmicos economicamente.” (REGIC,s/p. 2007)

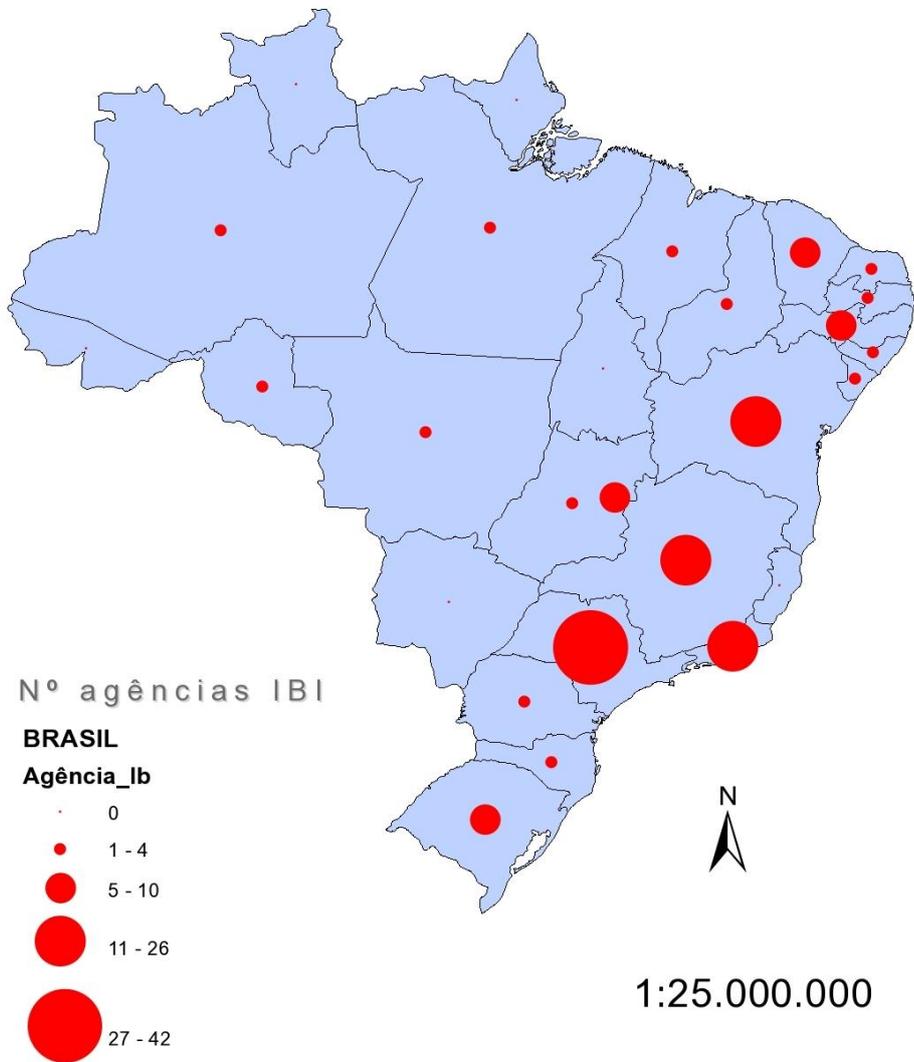
Fazendo uso das áreas de influência, elaboradas pelo REGIC-IBGE é possível traçar um paralelo entre a localização das agências ibi no território, ou seja, vislumbrar seus nexos no território, e a rede urbana brasileira. Conforme o Anexo 01 é notório que as escolhas locacionais das agências ibi podem ser postas à luz do mesmo panorama elaborado pelo IBGE. Ou seja, primeiramente, tem-se a alocação das agências em grande metrópole nacional, metrópoles nacionais e metrópoles. A análise se segue, e encontramos agências ibi em grande parte das Regiões Metropolitanas de grandes centros urbanos. É interessante destacar que tanto os estados de São Paulo como do Rio de Janeiro (40 e 26 agências ibi, respectivamente), contam com mais de 80% das

agências ibi inseridas nas respectivas Regiões Metropolitanas. Semelhantemente, nos estados de Pernambuco e Minas Gerais, as Regiões Metropolitanas apresentam grande importância para a rede de capilarização financeira do Banco ibi. As chamadas Capitais Regionais (A, B e C) apresentam-se absolutamente relevantes, pois possibilitam a alocação de recursos direcionados, por parte do Banco ibi, uma vez que se tratam de cidades com importância regional considerável, sendo referidas como destino (REGIC, 2007), para um conjunto de atividades, por grande número de municípios. Nesse âmbito, as capitais regionais aparecem como sede de agências ibi em cidades que se localizam extremamente opostas entre si, e em relação à metrópole local, como por exemplo, as cidades de São Luis (MA) e Imperatriz (MA), distantes 620 km entre si. Da mesma maneira, Caruaru (PE) e Petrolina (PE), separados por 590 km, ou Londrina (PR) e Curitiba (PR), 400 km. Parece claro que a rede de capilarização do ibi fez uso da influência exercida por cada uma dessas cidades em suas micro e macro escalas. Segundo SPERS et alli (2008), a população de baixa renda apresenta características bastante conservadoras no que tange aos hábitos de consumo, havendo portanto uma preferência por consumir em lojas localizadas na vizinhança. Para tanto, o posicionamento das agências do banco ibi se dá justamente nas regiões frequentadas por esse público. Ainda conforme SPERS et alli (2008), a instalação de uma agência bancária em áreas de periferia não seria viável, uma vez que os produtos oferecidos pelos bancos têm “(...) pouca penetração nas classes mais populares e também o baixo volume financeiro movimentado por este público” (SPERS et alli, 2008, p.31). Assim, o uso das agências ibi locais se dá como forma de familiarizar o público aos produtos financeiros disponíveis e uma tentativa de criar vínculos com a população, fazendo uso de sua imersão social local.

Parece fundamental, visando a conclusão da análise, verificar que o processo de metropolização diz respeito à formação de uma aglomeração urbana, presidida por uma ou mais núcleos dinâmicos, “sejam metrópoles ou não, que projetam sua população e atividades sobre sua hinterlândia” (REOLON, 2008) e nesse sentido é uma forma interessante de compreender a dinâmica urbana, quando se trata da financeirização da pobreza, uma vez que o circuito inferior deriva de maneira indireta, porém perene, da modernização das cidades capitalistas, em parte, pelo peso simbólico de progresso e oportunidade que é introjetado às metrópoles, de maneira que o mapeamento realizado (Mapa 01) de fato corrobora a ação estratégica do Banco Ibi, com o estabelecimento acentuado de agências nas principais metrópoles regionais.

A situação hierárquica que estabelece a hegemonia da cidade de São Paulo em termos nacionais, como também – mas em menor escala- as capitais brasileiras analisadas no capítulo anterior (Fortaleza, Brasília e Belém), em escala regional, aponta na verdade para a reprodução de fenômenos semelhantes aos encontrados em outras metrópoles, agora em termos globais, tais como condiciona MOURA (2004), como característicos: seletividade das atividades mais sofisticadas (gestão e produção), terceirização da estrutura ocupacional e aumento da informalidade do mercado de trabalho. Todos, sem dúvida, compatíveis às novas formas produtivas e organizacionais instauradas pelo modelo integrado de competitividade internacional.

Agências IBI no território brasileiro - 2011



Sistema de Coordenadas Geográficas e Datum South American 1969.
Elaborado pela autora.

Mapa 01 – Mapeamento Agências IBI no Brasil

Como forma analítica, propõe-se que é possível um comparativo entre as formas atuais de austeridade que são travadas aos países periféricos sob o regimento de grandes conglomerados financeiros e de organismos internacionais como o FMI, que visam o corte de séries de serviços sociais, que garantiriam o bem estar do conjunto da sociedade, com a situação quase que refém que as famílias brasileiras, nacionalmente, são colocadas a partir do momento que o pagamento mensal de empréstimos com financeiras e faturas de cartões de crédito se tornam um peso maior que a possibilidade real de compensação. Corrobora essa ideia a escrita de Daniel Hiernaux e Alicia Lindón, “(...) el tema del < sistema mundial de ciudades > es una versión del clásico tema de los sistemas de ciudades” (HIERNAUX e LINDÓN, 2006, p.111)

Conclui-se, portanto que a rede urbana contemporânea, apresenta uma dualidade funcional, ao passo que configura novas possibilidades de relacionamento interurbano, inter-regional e internacional, ilimitando em parte a fronteira de comunicação e comercialização entre centros de porte, função e localização variados. Por outro lado, a metropolização como forma hierárquica, denota uma modernização econômica acompanhada da concentração de riquezas no âmbito do circuito superior, os atores hegemônicos, e do aumento da informalidade de da pobreza junto ao circuito inferior da economia, de maneira que se mostra absolutamente irregular. Tem-se assim, que a globalização tem papel fundamental na alteração da dinâmica urbana em rede.

Considerações finais: comentários sobre alienação, consumo e cidadania

O mundo contemporâneo apresenta uma configuração específica do capitalismo, na qual o capital financeiro está posicionado no centro das relações econômicas. Substitui assim, o capital bancário e o capital comercial, enquanto introduz nas empresas, conforme Maria Laura Silveira (2009), uma maior autonomia na busca da majoração de suas taxas de lucro. Nesse sentido, tem-se que “na ordem do capital, a criação e a expansão das necessidades humanas só podem realizar-se sob a forma de mercadorias” (MEYER, 2009), justamente seguindo o ideário contraditório de um crescimento contínuo da produção de *valores de uso*, por um lado, e do outro, tem-se o que André Meyer (2009) remonta como *valorização do valor*, ou seja, a realização de um valor de uso enquanto valor de troca, que seja passível de disposição na forma de mercadoria, caso contrário, não seria objeto de produção e, assim, não poderia satisfazer a nenhuma necessidade social. Ocorre então uma resposta à abundância “ameaçadora” (GORZ, 2005) de produtos, qual seja a criação da escassez, com o lançamento constante de novos produtos diferenciados voltados às classes elitizadas, sucessivamente incorporados pelos circuitos superior marginal e circuito inferior, em um ciclo vicioso.

O planejamento territorial parece se realizar pelos grandes conglomerados financeiros, tendo as concessionárias de crédito como instrumento de gestão desse plano, através da capilarização de agências e da manutenção do capital em movimento, evitando disfunções no sistema circular que o caracteriza.

Crê-se ainda, que para o propósito deste trabalho, que foi o de verificar os nexos do uso do território e da ação resultante da capilaridade da financeira ibi, é em

absoluto fundamental a dedicação ao entendimento do conceito de alienação, que segundo a abordagem marxista, se desenvolve quando os indivíduos não conseguem mais discernir e reconhecer o conteúdo e o efeito da sua ação interventiva nas formas sociais (DURIGUETTO, s/data), impingido em uma democracia de mercado e de uma sociedade que deixa de contemplar um projeto, ao passo que ocorre a troca do papel de cidadão pelo de consumidor, situação na qual os indivíduos portam interesses manipulados e não um projeto social. O *projeto* é caracterizado por Ana Clara Torres Ribeiro (2003) como portador de uma força necessária “à superação potencial de reificação e da alienação, [exigindo] a compreensão dos sentidos da ação, e assim da própria existência.” (RIBEIRO, 2003, p.32). Destaca-se assim a pertinência de se considerar a alienação como reafirmação das verticalidades, uma vez que ambas se conduzem enquanto processos e fatores de imposição da velocidade, da técnica sobre o homem e do artificialismo nas relações do cotidiano (RIBEIRO, 2003). Considera-se que a superação da alienação corresponderia ao que Ana Clara Torres Ribeiro (2003) coloca como superação de fabulações, ou seja, que o indivíduo cujo ritmo é controlado, impeditivo de ações criativas, tenha o controle de sua autonomia de sujeito social. O entrave a esse projeto é justamente a “manipulação da psicosfera (...) mediante a contínua expansão do reino da necessidade” (RIBEIRO, 2003). Complementa-se a questão com a seguinte passagem de David Harvey, à qual argumenta que um fato a ser pensando é “(...) o aspecto psicológico do projeto neoliberal. Margaret Thatcher disse que não estava preocupada em mudar a economia, mas em mudar a mentalidade das pessoas.” (HARVEY, 2012)

Partindo desse pressuposto, tem-se a cooptação dos “homens lentos e pobres” (SANTOS, 1994) pela luminosidade dos grandes grupos hegemônicos, embasadas pela

publicidade, no intuito da supressão do coletivo, da busca de um projeto comum, de mudança social pela noção de consumidor, individual por definição (GORZ, 2005).

Tem-se como premente o estudo dos nexos, dos atores e de suas implicações na dinâmica territorial brasileira, visando contribuir com subsídios ao planejamento socialmente justo, combativo às amarras corporativas, seguindo a ideia de Roberto Lobato Corrêa (2002), de que a Geografia deve cumprir o seu papel de tornar – sempre - visíveis as dinâmicas a que está submetido o território nacional.

Referências Bibliográficas

ABECS – Associação Brasileira das Empresas de Cartão de crédito e serviços, 2012.

Disponível em http://www.abecs.org.br/dicas/#/QUEMSOMOS_CONSUMIDOR/

ANTAS JR, R. M. “ Elementos para uma discussão epistemológica sobre a regulação no território” Geosp, São Paulo, v. 16, p. 81-86, 2004.

ARROYO, M. “Território, mercado e estado: uma convergência histórica”. Revista GEOgraphia, vol. 6, nº 12. 2004

BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2012 disponível em <http://www.bcb.gov.br/htms/Deorf/e88-2000/texto.asp?idpai=relsfn19882000>

BARONE, F. M. & SADER, E. “Acesso ao crédito no Brasil: evolução e perspectivas”. Rev. Adm. Pública, vol.42, n.6, 2008

BAUDRILLARD, J. “O sistema dos objetos”, 4ª edição, São Paulo, Ed. Perspectiva. 2004

BDO – Trevisan “Laudo de avaliação econômico-financeira:IBI ” 16 de setembro de 2009.

BESSA, K. “Estudos sobre a rede urbana: os precursores da teoria das localidades centrais” Geotextos (Salvador), v. 8, p. 147-165, 2012

BESTER, H. et alli “Microseguros: série pesquisas” volume 3, Funenseg, Rio de Janeiro. 2011

BRADESCO “Relatório de análise econômica e financeira”, Junho de 2011.

C&A , 2012 – Disponível em <http://site.cea.com.br/site/conhecendo-cea>

CAVALCANTE, S e MOURÃO, A.R.T. “O processo de construção do lugar e da identidade dos moradores de uma cidade reinventada” in Estudos de psicologia. (Natal), vol.11, n.2 p. 143-151 . 2006

CHESNAIS, F. “A finança mundializada” São Paulo, Ed. Boitempo. 2005

CINTRA, M.A.M. “A reestruturação patrimonial do sistema bancário brasileiro e os ciclos de crédito entre 1995 e 2005” in Política Econômica em Foco, n. 7 – nov. 2005/abr. 2006.

CNC – Confederação Nacional do comércio de bens, serviços e turismo, 2012 – Disponível em <http://www.cnc.org.br/>

CODEPLAN/PDAD - Companhia de planejamento do Distrito Federal, 2010. Disponível em <http://www.codeplan.df.gov.br/>

CONTEL, F.B. “Território e finanças: técnicas, normas e topologias bancárias no Brasil” – Tese (Doutorado) – FFLCH – USP. 2006

_____ “Espaço geográfico, sistema bancário e hipercapilaridade do crédito no Brasil” in Caderno CRH, vol. 22, nº 55. 2009a

_____ “Nova topologia bancária e a geografia urbana brasileira: a hipercapilaridade do crédito” In: 12o Encuentro de Geografos de America Latina EGAL, 2009, Montevideo. Anales del EGAL, 2009b.

CORRÊA, R. L. “A rede de localidades centrais nos países subdesenvolvidos” in Revista Brasileira de Geografia, Rio de Janeiro, n. 50 (1), p. 61-83, jan/mar. 1988

_____ "Os centros de gestão no território: uma nota" in Revista Território, Rio de Janeiro, ano I, nº1, p.23-30. 1996

_____ "O espaço urbano" 4. ed. São Paulo: Ática, 2002

DERBLI, M. "A Brasília utópica e seu lado B" in Revista ComCiência, n. 118, 2010

DIAS, L. C. "Por que os bancos são o melhor negócio no país? Hegemonia financeira e geografia das redes bancárias. In: Edu Silvestre de Albuquerque." (Org.). Que país é esse? Pensando o Brasil contemporâneo. 1ª ed. São Paulo: Globo, 2006

DOWBOR, L. "A rede do poder corporativo" in Le Monde Diplomatique Brasil, nºX, 04 de julho.2012

DURIGUETTO, M.L. "A temática da alienação: origens e particularidades."

Disponível em: <http://www.unicamp.br/cemarx/marialucia.htm>

ELIAS, D. "Milton Santos: a construção da geografia cidadã" in El ciudadano, la globalización y la geografía. Homenaje a Milton Santos. *Scripta Nova*. Universidad de Barcelona, vol. 6, n. 124. 30 de setembro de 2002

EXAME "Bradesco compra Banco IBI, da C&A", 05 de junho de 2009

FECOMERCIO SP "Radiografia do endividamento das famílias nas capitais brasileiras". 2011 - Disponível em http://www.fecomercio.com.br/arquivos/arquivo/radiografia_endividamento_das_familias_brasileiras_aladrmala6.pdf

GERMAIN, R.D. "The international organization of credit" Cambridge University Press, 1997.

GORZ, A. "O imaterial: conhecimento, valor e capital". São Paulo. Annablume, 2005

HARVEY, D. "O dinheiro é vermelho" in Valor Econômico. Entrevista publicada em 09 de março de 2012

HIERNAUX, D. e LINDÓN, A. "Geografía urbana: una Mirada desde América Latina" in (ORG) HIERNAUX, D. "Tratado de Geografía Humana", Anthropos, 2006

IBGE Cidades – 2003. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/>

IBGE Censo demográfico – 2010. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/>

JACOB, C. A. "Crédito bancário no Brasil: Uma interpretação heterodoxa" Campinas. Tese (Doutorado em Economia). UNICAMP, Instituto de Economia. 2003

KRAYCHETE, E. S. "Bancos e crédito no desenvolvimento recente da Bahia" in Caderno CRH, vol. 22, nº 55. 2009

LEÃO, R.F. de C. e OLIVEIRA, J.M.G.C de "O plano diretor e a cidade de fato: o caso de Santarém-PA" Anais do XVII ENG, Porto Alegre, 25 a 31 de julho d 2010

LEME, E.J.C. e GUIMARÃES, E.N. "A região metropolitana de Brasília no contexto regional",s/ data. Disponível em http://www.nepo.unicamp.br/textos/publicacoes/livros/migracao_urbanas/02pronex_04_Regiao_Metropolitana.pdf

MACHADO, L. O."O comércio ilícito de drogas e a geografia da integração financeira: uma simbiose?" in BRASIL: questões atuais da reorganização do território°, Bertrand Brasil, 2002

MARICATO, E. Posfácio de DAVIS, M. "Planeta Favela", São Paulo, Boitempo, 2006

MENDEZ, R. "El territorio de las nuevas economías metropolitanas. Revista EURE, v. XXXIII, n. 100. Dezembro 2007

MEYER, A. "Reificação e Barbárie. Crítica às Relações Sociais Capitalistas" XII Conferência Anual IACR (International Association for Critical Realism), Universidade Federal Fluminense, 23-25 de julho de 2009. Disponível em [<http://www.uff.br/iacr/ArtigosPDF/25T.pdf>].

MONTENEGRO, M. R. "Globalização, trabalho e pobreza no Brasil metropolitano. O circuito inferior da economia urbana em São Paulo, Brasília, Fortaleza e Belém" Tese (Doutorado) – FFLCH-USP. 2011

MOURA, R. "Metrópoles em reestruturação: a lógica da desordem" in "Metrópoles: entre a coesão e a fragmentação, a cooperação e o conflito". (ORG) SANTOS JÚNIOR, L.C. dos. São Paulo. Ed. Perseu Abramo, Rio de Janeiro: FASE: Federação de órgãos para assistência social e educacional. 2004

OLIVEIRA, A. A. et alii "CRISE ESTRUTURAL DO SISTEMA DO CAPITAL, DOMINAÇÃO SEM SUJEITO E FINANCEIRIZAÇÃO DA ECONOMIA", in V CEMARX, 2011 disponível em http://www.unicamp.br/cemarx/anais_v_coloquio_arquivos/arquivos/comunicacoes/gt3/sessao3/Marcelo_Marques.pdf

OLIVEIRA, B. S. de "Rede urbana brasileira: algumas reflexões teóricas" in Revista Formação, UNESP - Presidente Prudente, nº 15, volume 2. 2008

RAFFESTIN, C. "Por uma geografia do poder" São Paulo, SP. Ed. Ática. 1993

REGIC - Regiões de Influência das Cidades, 2007

REOLON, C. A. "Metropolização, áreas metropolitanas e aglomerações urbanas: revisitando conceitos" in Terra Livre, Dourados - MS, ano 24, v. 2, nº31. P. 103 – 110, jul/dez. 2008

RIBEIRO, A.C.T. "Pequena reflexão sobre categorias da teoria crítica do espaço: território usado, território praticado" in [org.] SOUZA, M.A.A et alli "Território Brasileiro: usos e abusos", Edições Territorial, Campinas. 2003

SANTOS, M. "O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos" Rio de Janeiro, F.Alves, 1979

_____ "Metrópole corporativa e fragmentada: o caso de São Paulo" São Paulo, Nobel: Secretaria de Estado da Cultura. 1990

_____ Técnica, espaço e tempo: globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1994.

_____ "O dinheiro e o território", in Revista GEOgraphia, ano 1, nº1. 1999

_____ "A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção" – capítulo 7. São Paulo, EDUSP. 2002

_____ "O espaço do cidadão", EDUSP, São Paulo, 2007

_____ "Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal", Ed. Record, Rio de Janeiro, 2009

_____ "Geografia: além do professor?" Revista GEOgraphia, vol. 13, nº 25. 2011

SANTOS, M & SILVEIRA, M.L. "O Brasil: território e sociedade no início do século XXI", Ed. Record. 2001

SAQUET, M." Proposições para estudos territoriais." Revista GEOgraphia, vol. 8, nº 15. 2006

SCHERMA, R "Sistema Financeiro Mundial: seu assombro em território brasileiro e a fantasmática liberdade de consumo" Tese (Mestrado em Geografia), UNESP, Rio Claro. 2009

SCHERMA, R. & KAHIL, S.P. "Desigualdades do sistema financeiro: uso corporativo e desigualdades regionais do território brasileiro" in: Sociedade e Natureza, nº23(1), p.105-113, Uberlândia. Abril de 2011

SEMPA - Secretaria municipal de planejamento, 2012. Disponível em <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/planejamento/>

SERASA EXPERIAN: <http://www.serasaexperian.com.br/mosaic/segmentacao.html>

SILVA, C. A. da "A Espacialidade da Concentração Bancária", Boletim de Geografia, 14(1), jan - dez. 1994

SILVA, G. M. da; & SANTOS, L. F. dos "O mercado informal em Belém – a territorialidade dos ambulantes" Anais do XVI ENG, Porto Alegre, 25 a 31 de julho de 2010

SILVEIRA, M. L. "Concretude territorial, regulação e densidade normativa." In Revista Experimental. São Paulo: Laboplan – Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, n. 02. março de 1997

_____ Entrevista à Revista Discente Expressões Geográficas, Florianópolis, n.04, 2008

_____ “Finanças, consumo e circuitos urbanos de economia na cidade de São Paulo” in Caderno CRH, vol. 22, nº 55. 2009

SPERS, R.G. et alli “Desafios e oportunidades no setor de cartões de crédito:proposição de estratégias para o mercado popular” in *REGE Rev. Gestão*, vol.15, n.4. 2008

68

SOUZA, M.A.A. et alli “Território Brasileiro: usos e abusos”, Edições Territorial, Campinas. 2003

TRINDADE JR., S. C. C. da “Grandes projetos, urbanização do território e metropolização na Amazônia” *TERRA LIVRE*, ano 22, v. 1. n. 26. P. 177 – 194. Jan – jun. 2006

TOLEDO, M. “Os processos de modernização agrícola na região amazônica: transformações recentes na dinâmica produtiva do município de Santarém (Pará)” in *Geosul, Florianópolis*, v. 26, n. 52, p 77-97, jul./dez. 2011

ZOUAIN, D et alli “Mercado dos cartões de crédito no Brasil e sua relação com as micro e pequenas empresas” Brasília: Sebrae, 2007

ANEXOS

Anexo 01

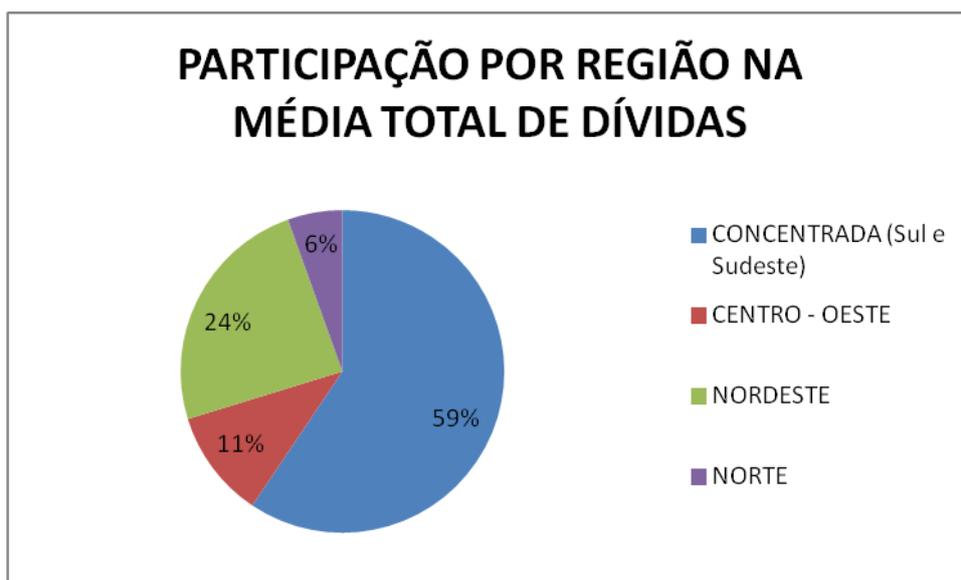
Localização e número de agências Ibi no território brasileiro

SP	Barueri	1	RMSP
SP	Campinas	2	Capital Regional B
SP	Carapicuíba	1	RMSP
SP	Diadema	1	RMSP
SP	Ferraz de Vasconcelos	1	RMSP
SP	Guarulhos	1	RMSP
SP	Itapevi	1	RMSP
SP	Itaquaquecetuba	1	RMSP
SP	Jundiaí	1	RMSP
SP	Mauá	1	RMSP
SP	Mogi das Cruzes	1	RMSP
SP	Osasco	1	RMSP
SP	Piracicaba	1	Capital Regional C
SP	Ribeirão Preto	1	Capital Regional B
SP	Santo André	1	RMSP
SP	Santos	1	Capital Regional C
SP	São Bernardo do Campo	1	RMSP
SP	São José do Rio Preto	1	Capital Regional B
SP	São José dos Campos	1	Capital Regional C
SP	São Paulo	17	Grande metrópole nacional
SP	Sorocaba	1	Capital Regional C
SP	Suzano	1	RMSP
SP	Taboão da Serra	1	RMSP
AL	Arapiraca	1	Capital Regional C
AL	Maceió	1	Capital Regional A
AM	Manaus	4	Metrópole
BA	Camaçari	1	RMS
BA	Eunápolis	1	distante capital - influência
BA	Feira de Santana	1	Capital Regional B
BA	Ilhéus	1	Capital Regional B
BA	Itabuna	2	Ilhéus
BA	Jequié	1	Centro sub-regional
BA	Juazeiro	1	Petrolina
BA	Lauro de Freitas	1	RMS

BA	Salvador	3	Metrópole
BA	Teixeira de Freitas	1	distante capital - influência
BA	Vitória da Conquista	1	Capital Regional B
CE	Fortaleza	4	Metrópole
CE	Juazeiro do Norte	1	Capital Regional C
CE	Maracanaú	1	Desmembramento Fortaleza
DF	Brasília	1	Metrópole Nacional
DF	Sobradinho	1	cidade satélite - Plano Piloto
DF	Taquatinga	1	cidade satélite - Plano Piloto
DF	Ceilândia	1	cidade satélite - Plano Piloto
DF	Gama	1	cidade satélite - Plano Piloto
DF	Planaltina	1	cidade satélite - Plano Piloto
GO	Goiania	2	Metrópole
MA	Imperatriz	1	Capital Regional C
MA	São Luiz	1	Capital Regional A
MG	Belo Horizonte	5	Capital Regional B
MG	Betim	1	RMBH
MG	Contagem	1	RMBH
MG	Governador Valadares	1	Capital Regional C
MG	Juiz de Fora	1	Capital Regional B
MG	Santa Luzia	1	RMBH
MG	Sete Lagoas	1	não conurbado
MG	Uberaba	1	Capital Regional C
MG	Uberlândia	1	Capital Regional B
MT	Cuiabá	1	Capital Regional A
PA	Belém	2	Metrópole
PA	Santarém	1	Capital Regional C
PB	Campina Grande	1	Capital Regional B
PB	João Pessoa	2	Capital Regional A
PE	Camaragibe	1	RMR
PE	Caruaru	1	Capital Regional C
PE	Jaboatão dos Guararapês	1	RMR
PE	Paulista	1	RMR
PE	Petrolina	1	Capital Regional C
PE	Recife	3	Metrópole
PI	Teresina	1	Capital Regional A
PR	Curitiba	1	Metrópole
PR	Londrina	1	Capital Regional A
PR	São José dos Pinhais	1	RMC
RJ	Belford Roxo	1	RMRJ
RJ	Campo dos Goytacazes	1	Capital Regional C
RJ	Duque de Caxias	2	RMRJ
RJ	Nilópolis	1	RMRJ
RJ	Niterói	1	RMRJ
RJ	Nova Iguaçu	1	RMRJ
RJ	Petrópolis	1	
RJ	Rio de Janeiro	14	Metrópole Nacional

RJ	São Gonçalo	2	RMRJ
RJ	São João do Meriti	1	RMRJ
RJ	Volta Redonda	1	Capital Regional C
RN	Mossoró	1	Capital Regional C
RN	Natal	1	Capital Regional A
RO	Porto Velho	1	Capital Regional B
RS	Canoas	1	RMPA
RS	Caxias do Sul	1	Capital Regional B
RS	Pelotas	1	Capital Regional C
RS	Porto Alegre	2	Metrópole
SC	Florianópolis	1	Capital Regional A
SE	Aracaju	1	Capital Regional A

Anexo 2



Elaborado pela autora. FONTE: FECOMERCIO SP, 2011