



Práticas espaciais dos usuários dos serviços bancários em Campos dos Goytacazes

Samuel Henderson de Faria Santos, Leandro Bruno Santos

O setor bancário vem ao longo do século XX se organizando espacialmente de diversas maneiras em diferentes escalas espaciais. Podemos definir basicamente três momentos importantes para a compreensão das principais lógicas do setor bancário brasileiro: 1º. O momento da gênese do setor bancário, em que o alcance espacial dos bancos era menor, localizados principalmente nas principais metrópoles do país, com um grande número de sedes bancárias, porém com pouca capilaridade, ou seja, com poucas agências em seu comando; 2º. Momento logo após os anos 1960, marcado pela intervenção do Estado com leis e regulamentações direcionadas ao setor bancário, junto com avanços da rede que vão permitir um aumento exponencial do número de agências pelo território nacional, porém sempre privilegiando regiões próximas aos grandes centros. Esse aumento proporcionou a concentração das agências em poucos bancos; 3º. Tal situação de concentração se agravou em um terceiro momento a partir dos anos 1990, quando ocorreu um grande movimento de fusões, aquisições e privatizações de grandes redes de bancos do país, ocasionando uma maior concentração bancária, processo liderado basicamente pelos cinco grandes bancos hegemônicos (Itaú, Bradesco, Banco do Brasil, Caixa, Santander). Porém, o que mais chama a atenção é que a seletividade espacial que ocorre na escala nacional, privilegiando alguns locais ao invés de outros, também se dá na escala da cidade. Nesse contexto, na cidade de Campos dos Goytacazes/RJ, a configuração espacial das agências bancárias retrata a desigualdade socioespacial existente no núcleo urbano, já que todas as agências bancárias se concentram na área central da cidade e nas áreas limítrofes ao centro, com exceção de Goytacazes. A partir de pesquisa de campo, realizada por meio de observação de campo e de entrevistas com usuários, conseguimos traçar perfis - origem, renda, escolaridade, idade, familiaridade com os serviços digitais, entre outros - dos usuários dos serviços bancários e estabelecer conexões com as desigualdades socioespaciais, as lógicas de localização dos bancos e as práticas espaciais dos usuários na cidade. Nossos resultados mostram que as agências possuem diferentes usuários, principalmente no que diz respeito ao meio de locomoção para chegar às agências, à origem e à renda, dependendo de onde as agências se localizam. O que também chama a atenção é o *mobile banking*, pois, por mais que se faça presente na cidade, ainda não pode ser considerado como algo unânime, na medida em que quase metade dos respondentes não utiliza o serviço.