

Bancos na favela

Relações entre agências bancárias e moradores de uma região urbana alvo de políticas de “pacificação”

Lúcia Helena Müller

Introdução

Apesar de ser um fenômeno de escopo global, os processos que promovem a financeirização da vida social são múltiplos e bastante diversos no que diz respeito aos agentes responsáveis por sua formulação e implantação, bem como em relação às dinâmicas e os efeitos por eles desencadeados em diferentes contextos nacionais e locais.

No Brasil, o governo tem desempenhado o papel de promotor desses processos, ao desenvolver políticas sintonizadas com o referencial teórico-metodológico do Banco Mundial, instituição que propõe que a chamada “inclusão financeira” seja considerada critério importante na avaliação do desempenho dos países em relação ao grau de inclusão social (Sen, 2000; Kumar, 2004)¹.

1. Segundo o *Balanco de inclusão financeira*, elaborado pelo Banco Central do Brasil em 2010, p. 3: “No conjunto de ações direcionadas ao aperfeiçoamento do marco regulatório, voltadas para a inclusão financeira, podem ser destacadas, entre outras, o aprimoramento normativo relativo a mecanismos para a inclusão, como a figura dos correspondentes e das contas simplificadas, a aproximação às cooperativas de crédito e a introdução da figura da Sociedade de Crédito ao Microempreendedor (SCM), que, posteriormente, foi transformada na Sociedade de Crédito ao Microempreendedor e à Empresa de Pequeno Porte (SCMEPP). Os esforços direcionados na divulgação do tema à sociedade e ao sistema financeiro, por sua vez, tiveram foco inicial no microcrédito, depois em microfinanças e, finalmente, sob o espectro da inclusão financeira, vista como um direito de todos para efetiva inclusão social, melhor qualidade de vida da população e como meio para o fortalecimento do país. [...] Ademais, o projeto “Inclusão Financeira” incorporou as atividades relacionadas aos trabalhos do Grupo de Especialistas em Inclusão Financeira do G20 (Financial Inclusion Experts Group – Fieg), do qual o Brasil é líder, ao lado da Austrália, na condução dos trabalhos do subgrupo Access Through Innovation Sub-Group (Atisg)”.

Ao longo de toda a década de 2000, em um contexto de crescimento do emprego formal e de aumento da renda da população, provocado em grande parte pelo aumento do valor do salário mínimo e pela implementação de programas de renda mínima, o governo brasileiro intensificou o uso do sistema bancário para a distribuição dos benefícios da previdência social (aposentadorias, pensões) e para a implementação de políticas públicas (Programa Bolsa Família; renda de assistência social²). Também estimulou os agentes que compõem o Sistema Financeiro Nacional a criarem novos produtos, como contas bancárias, cartões, linhas e modalidades de crédito, dirigidos especificamente aos segmentos sociais de baixa renda. Além disso, novas regras foram definidas e recursos disponibilizados para o desenvolvimento de linhas de microcrédito orientado a atividades geradoras de renda (Miguel, 2013), para a criação de linhas de crédito consignado (dirigidas a assalariados, servidores públicos, aposentados e pensionistas) e de linhas de crédito vinculadas a programas e projetos sociais etc. O governo também promoveu a criação de mecanismos que visavam à “popularização” do mercado de capitais (Jardim, 2009).

Esse conjunto de políticas e estímulos, que já foi chamado de “inclusão social via mercado”, fez com que uma ampla parcela da população oriunda das camadas mais baixas da pirâmide social fosse incorporada ao mercado de serviços bancários. Para as instituições do setor, tanto públicas como privadas, esse fato significou uma oportunidade a ser explorada, mas, também, o desafio de encontrar fórmulas adequadas para se comunicar e se relacionar com esse público que até então estava fora de seu foco de ação³.

Este artigo tem como tema a relação entre instituições financeiras e a população brasileira de baixa renda. Ele foi formulado com base na observação de uma experiência concreta: a instalação de agências bancárias em uma região da periferia da cidade do Rio de Janeiro, Brasil, ocorrida de forma concomitante às ações governamentais que visavam à “pacificação” da região, isto é, a tomada do controle, pelo Estado, de territórios que até então eram dominados por organizações ligadas ao tráfico de drogas.

2. No Brasil, qualquer pessoa com mais de 65 anos que não tenha outra aposentadoria e cuja renda mensal familiar *per capita* seja inferior a um quarto do salário mínimo vigente tem direito ao Benefício de Prestação Continuada da Lei Orgânica da Assistência Social (BPC-Loas), que é pago pelo governo federal.
3. A incorporação de segmentos sociais de baixa renda ao mercado de serviços bancários e de crédito foi alvo de um projeto de pesquisa intitulado “Me dá um dinheiro aí? Crédito e inclusão financeira sob a ótica de grupos populares”, que contou com o financiamento do CNPq. São frutos desse projeto os seguintes trabalhos: Candido (2007), Alves (2009), Müller (2009; 2012; 2014; 2015a) e Müller e Vicente (2013).

A etnografia foi realizada ao longo do primeiro semestre de 2013⁴. Durante esse período, foi possível acompanhar os desdobramentos das intervenções de agentes do Estado e das instituições financeiras em um território urbano de grande densidade demográfica, tradicionalmente percebido como pobre, precário, carente de serviços públicos e extremamente perigoso em razão da permanente disputa pelo controle do tráfico de drogas entre as organizações criminosas locais e dos conflitos entre estas e a polícia.

O trabalho de campo, desenvolvido em torno das duas agências bancárias, permitiu o acompanhamento do cotidiano dos indivíduos que se relacionava diretamente com elas na condição de correntistas, usuários de serviços bancários (recebimento de salário, de aposentadorias, pagamentos de contas, obtenção de financiamentos) ou como beneficiários de políticas públicas (recebimento do benefício do Programa Bolsa Família, do Seguro-Desemprego e do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS). Também levou à identificação das formas como os funcionários dessas instituições se relacionavam com o público local, o que incluiu suas relações com moradores e comerciantes, com as diversas organizações que atuavam na região (associações, ONGs, igrejas etc.), com as lideranças locais, com agentes do poder público, com policiais e com agentes que mantinham alguma forma de relação com o tráfico de drogas.

No interior da favela, as agências observadas foram instaladas em locais que podem ser avaliados como privilegiados em função da presença de equipamentos urbanos (escolas, centros culturais e esportivos, centros de saúde) e do acesso ao transporte público. A presença desses recursos, somada à grande concentração de pontos de comércio, explica a intensa circulação de moradores pela região. Assim, a realização da observação a partir das agências também propiciou o contato com indivíduos que, mesmo não se relacionando diretamente com os bancos, se beneficiavam do movimento gerado por sua presença e da relativa segurança que sua proximidade proporcionava. O trabalho levou, ainda, à identificação de outros agentes financeiros que ali atuavam, bem como das conexões existentes entre as ações governamentais e a presença desses agentes naquele meio.

Em função da complexidade do contexto em questão e da variedade de agentes envolvidos, a análise dessa experiência permite-nos pensar o tema da financeirização da vida social tendo por base problemáticas sociais amplas, como a atualização ou a reconstrução de fronteiras sociais no desenrolar de processos que envolvem políticas ou ações que se propõem “inclusivas”.

4. O trabalho de campo foi efetuado durante o estágio pós-doutoral realizado no Núcleo de Pesquisas em Cultura e Economia (NuCEC), do Programa de Pós-graduação em Antropologia Social do Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

Os bancos e a comunidade

As intervenções do poder público no território que foi alvo deste estudo já vinham acontecendo desde 2007 sob a forma de obras que faziam parte do Plano de Aceleração do Crescimento (PAC), proposto pelo governo federal brasileiro. As obras visavam a melhorar as condições de mobilidade urbana, realocar parte da população em conjuntos habitacionais recentemente construídos, instalar novos postos de saúde, escolas, centros esportivos, espaços culturais etc. Posteriormente, a partir de 2010, a intervenção do Estado assumiu a forma de ação direta da força pública (chamada de “pacificação” ou “ocupação”, dependendo de quem a denomina) e de instalação de postos policiais permanentes na comunidade, as chamadas Unidades Policiais Pacificadoras (UPPs). Todas essas ações foram amplamente divulgadas nos meios de comunicação, em âmbito nacional e internacional, sendo apresentadas como componentes do esforço de preparação da cidade para a realização da Copa do Mundo Fifa de futebol, ocorrida em 2014, e das Olimpíadas, programada para 2016.

Na mesma época em que se deram as ações de “pacificação”, duas agências bancárias foram instaladas na região, uma pertencente a uma instituição estatal e a outra a uma instituição privada. Embora diversos bancos já estivessem presentes fisicamente em bairros próximos, também considerados populares ou mesmo carentes, o estabelecimento de agências bancárias no interior de um território denominado pelos termos “favela”, “morro” ou “comunidade” e, mais precisamente, em uma região tida como extremamente violenta foi um ato considerado bastante ousado por parte das próprias instituições financeiras envolvidas e também pela população local.

De fato, uma das agências foi inaugurada alguns meses antes da “ocupação”, isto é, em uma data anterior à tomada de controle do território por agentes da segurança pública e à instalação das unidades policiais permanentes na região, embora essas ações já fossem esperadas. Trata-se da agência de um banco privado multinacional que tem forte presença no Brasil, ao qual chamarei de “Banco E”.

Depois da instalação da agência do Banco E, a rua em que ela se encontrava, um importante núcleo de comércio da região, teve seu traçado modificado pelas obras do PAC. Em um dos lados da via, diversos prédios foram demolidos e seus terrenos anexados ao de uma antiga fábrica desativada, formando um grande espaço no qual foi construído um centro esportivo destinado ao uso da população local. Mesmo depois das obras que alargaram a rua, o tráfego de automóveis só era possível até onde ficava a agência do banco. A partir dali ela se transformava em uma via estreita e íngreme que só permitia a passagem de motocicletas ou de pedestres. Apesar disso, o movimento de pessoas e automóveis era intenso e constante, pois tanto a rua como a

viela formavam um dos caminhos que ligavam a parte alta da favela ao espaço onde funcionavam diversos serviços públicos (escolas, centro de saúde, centro esportivo, atendimento itinerante do poder judiciário) e também à artéria urbana que atravessava toda a região, pela qual circulavam os meios de transporte público (ônibus, vans, táxis) que conectavam aquele território a outros bairros da cidade e às estações de metrô e trem mais próximas.

Mesmo com a perda de parte do comércio original, obrigado a mudar-se em razão do alargamento da rua, o local permaneceu com uma grande concentração de estabelecimentos comerciais. Em um percurso de aproximadamente cem metros era possível encontrar: um ponto de moto-táxi, uma padaria, uma farmácia, um atacado de produtos alimentícios, um pequeno supermercado, lojas de materiais de construção, lojas de roupas, de colchões, de aparelhos celulares, óticas, clínicas dentárias que anunciavam a colocação de aparelhos ortodônticos, próteses e implantes dentários, salões de beleza, mecânicas, loja de peças de motos etc. Além do comércio permanente, havia sempre muitas barracas instaladas nas calçadas e na rua, junto ao meio-fio. Elas vendiam alimentos, utilidades domésticas e até móveis. Anúncios de creches, de aluguel de quartos e de venda de casas podiam ser vistos afixados ou escritos diretamente nas paredes das casas. Nas sextas-feiras à tardinha e durante os sábados acontecia uma feira, com barracas armadas na rua, nas quais se vendia comida, bebida, artesanato e confecções.

Aos comerciantes desalojados pelas obras do PAC foram oferecidas novas instalações em um conjunto comercial de dois andares, construído no entroncamento formado pela rua onde estavam anteriormente e a via principal que corta a região. Embora muito próximo do local anterior, o conjunto ficava fora do circuito costumeiro dos pedestres, e seu acesso exigia a travessia de uma rua de tráfego intenso de automóveis, ônibus e vans, o que não agradou muito aos comerciantes. Outra opção oferecida foi a de instalarem-se em lojas situadas a uma quadra de distância de sua localização original, em uma rua estreita que, em sua parte inicial, formava uma ladeira muito íngreme, embora nela circulassem automóveis, vans e motos que levavam passageiros até o topo do morro. Nos dois lados dessa rua foram construídas lojas muito pequenas e, um pouco mais acima, um pequeno centro comercial com várias lojas que também foram distribuídas entre os comerciantes deslocados. Em razão de ser um local de passagem, as lojas situadas na ladeira e no centro comercial foram recebidas com expectativa positiva por parte dos contemplados. Segundo relatos dos próprios comerciantes, outra razão para o otimismo estava no fato de eles contarem com o movimento propiciado pela instalação, no interior do centro comercial, de uma agência lotérica que também oferecia serviços bancários (saques, pagamentos de contas domésticas etc.).

O direito ao uso das lojas foi concedido pela prefeitura da cidade aos antigos proprietários dos estabelecimentos desalojados. A propriedade definitiva do imóvel só seria obtida passado o prazo de cinco anos. No entanto, bem antes disso, muitos já haviam repassado o direito de uso ou locado aqueles espaços a terceiros. Na época da realização dessa pesquisa, o aluguel de um módulo comercial naquele local custava em torno de R\$ 500,00 por mês (us\$ 250), além dos R\$ 15,00 mensais (us\$ 7,50)⁵ pagos por cada lojista para cobrir as despesas relativas à limpeza da parte coletiva do centro comercial (corredores, banheiros). O uso de algumas lojas foi cedido gratuitamente pela prefeitura para o desenvolvimento de atividades permanentes ou eventuais consideradas de interesse social. Esse era o caso dos integrantes de um programa governamental de incentivo à economia solidária e também de uma agência temporária do Sebrae, entidade que promove o empreendedorismo de pequeno porte⁶.

Pouco tempo depois da inauguração do centro comercial, quando as ações de “pacificação” já estavam em pleno andamento, três lojas situadas em seu interior foram ocupadas para a instalação da agência de um banco estatal, ao qual chamarei de “Banco C”. Por ser considerada de utilidade pública, essa agência também não pagava aluguel à prefeitura pelo uso das salas que ocupava. A chegada da agência bancária fez com que a agência lotérica, que funcionava naquele local até então, fosse transferida para a principal rua comercial da região e instalada ao lado da agência do Banco E. Assim, apesar de ter sido festejada em um primeiro momento, a instalação da agência do Banco C acabou provocando apreensão entre os comerciantes locais que viram na saída da agência lotérica a causa da diminuição na circulação de pedestres no centro comercial. A partir de então, as lideranças do condomínio passaram a utilizar todos meios e ocasiões possíveis para demandar aos agentes da prefeitura e à própria instituição financeira que a agência lotérica fosse reaberta.

Apesar da alegada diminuição da circulação de potenciais clientes, enquanto durou o trabalho de campo foi possível acompanhar o funcionamento dos seguintes estabelecimentos instalados no centro comercial e em seu entorno: lojas de produtos de limpeza e de utensílios de plástico, loja de filtros de água domésticos, dois salões de beleza, lojas de perfumes e cosméticos, lojas de confecções, de artesanato, de artigos religiosos, um chaveiro que também consertava máquinas de lavar roupas, uma loja e oficina de consertos de aparelhos de ar condicionado, uma oficina que

5. Durante o ano de 2013, o valor do salário mínimo nacional era R\$ 678,00, o que equivalia a us\$ 339, se considerarmos a taxa de câmbio média do dólar comercial referente ao mês de abril desse ano, que foi de 2,00 (fonte: <http://ipeadata.gov.br/ExibeSerie.aspx?serid=38389>, consultado em 30/11/2016).

6. O Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte (<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/>).

comprava, consertava e vendia eletrodomésticos, um representante de empresa de TV por assinatura, uma loja de videogames, aparelhos de TV e de DVD (“compra, vende, conserta”), uma loja de computadores e de artigos de informática que também funcionava como *lan house*, uma loja de aparelhos celulares que também oferecia o serviço de quebra do bloqueio que impede que os aparelhos utilizem chips de uma operadora diferente da que o forneceu, uma loja de suplementos nutricionais, uma loja que oferecia serviços fotográficos, gráficos e de organização e decoração de festas, um sapateiro, um mercadinho, um bar, duas papelarias que ofereciam serviços de fotocópias e também consultas, via internet, aos cadastros do SPC⁷ e Serasa⁸.

Uma cozinha que funcionava no interior do centro comercial fornecia almoço para diversos comerciantes. Além disso, diariamente, uma senhora circulava entre as lojas vendendo refeições para os lojistas e seus clientes, que, em muitos casos, também compravam refeições para levar para casa. Em vários estabelecimentos encontravam-se afixados anúncios que indicavam a presença de revendedoras (“consultoras”) de perfumes e produtos cosméticos das marcas Avon, Natura, O Boticário, Lacqua di Fiore etc. e também de anúncios que informavam aos clientes que o estabelecimento aceitava pagamentos com cartões de débito e de crédito.

No centro comercial também funcionavam os escritórios de agentes de duas grandes empresas de seguro que haviam começado a atuar na região em tempos recentes. Além disso, estava em processo de instalação o escritório de uma agência de entrega de correspondência mediante assinatura, serviço que visava a suprir a falta de atendimento dos Correios na favela. Do lado de fora do centro comercial, em uma loja que tinha a largura de uma porta, era possível se fazer fotocópias, realizar pequenas pesquisas na internet (estudantes), obter a segunda via de contas de energia, de serviços de telefonia celular ou de cartões de crédito, contratar os serviços de despachante, comprar aparelhos celulares ou contratar serviços de telefonia fixa de várias operadoras, associar-se a planos de saúde e de atendimento odontológico oferecidos por diversas empresas e contratar empréstimos fornecidos por diferentes bancos, até mesmo pelos bancos que tinham agências próprias no bairro. Informalmente, o proprietário do estabelecimento também fornecia consultoria para quem quisesse montar um negócio na região⁹.

7. SPC (Serviço de Proteção ao Crédito) é o sistema de dados mantido por uma instituição privada que fornece às empresas associadas informações sobre o comportamento dos consumidores, sobre o uso de cheques, inadimplência etc.

8. Serasa Experian é uma empresa privada multinacional que oferece a outras empresas serviços de informações e ferramentas de análise para o gerenciamento de risco de crédito e a prevenção de fraudes.

9. Uma análise das implicações sociais do desenvolvimento dos negócios nessa região foi apresentada em Müller (2015b).

Objetivos e metas

Banco E: “Viemos para ficar”

Alguns anos antes da inauguração de sua agência na comunidade, o Banco E já atuava na região com agentes que ofereciam microcrédito aos comerciantes locais. Apesar da relativa familiaridade com esse público, para instalar-se permanentemente naquele território, o banco buscou a mediação de outros agentes já inseridos na comunidade. Quem desempenhou esse papel de forma mais efetiva foi uma organização não governamental que já atuava nesta e em outras favelas da cidade, promovendo atividades de caráter cultural (música, dança, teatro) e, principalmente, efetuando o recrutamento, a seleção e o encaminhamento de indivíduos que, isentos de acusações criminais formais, buscavam desvincular-se de atividades ligadas ao comércio de drogas e candidatar-se a vagas de trabalho formal oferecidas por empresas conveniadas. Embora já contasse com a parceria do Banco E antes da abertura da agência bancária em questão, a ONG, que se autointitulava “empresa social”, possuía uma trajetória independente em relação ao banco. Em suas ações, ela contava, também, com a parceria da prefeitura da cidade e de outras empresas nacionais de grande porte.

Para a criação da agência nessa favela, o Banco E, a ONG e a associação dos moradores da região estabeleceram um acordo (“onde todos ganham”, segundo o bordão repetido por todos os envolvidos) para compartilharem o prédio em que essa última funcionava. Além do aluguel que o banco passou a pagar para a associação, ele assumiu os custos da reforma que dividiu o prédio em três partes: a ONG passou a ocupar todo o segundo andar e o espaço do térreo foi dividido entre a associação (parte menor) e a agência bancária. Toda a edificação foi pintada de uma mesma cor, sobressaindo-se na fachada os letreiros com o nome do banco e o nome da ONG, ambos com a mesma cor e formato de letra.

A parceria com o Banco E estava presente em quase todas as formas de atuação, tanto da ONG como da associação comunitária. Segundo depoimento dos agentes da ONG, naquele momento o banco financiava o pagamento de todos os funcionários da organização (em torno de trezentos) e estava presente em praticamente todas as atividades que ela promovia, nesta e em outras comunidades da cidade. A parceria, que assumia a forma de patrocínio, apoio logístico, presença de representantes graduados do banco (gerentes, diretores) nos eventos, era publicizada por meio da impressão da logomarca do banco em qualquer material de divulgação das atividades (banners, faixas, brindes promocionais).

No sentido inverso, a ONG repartia com o banco a sua reputação de entidade enraizada e comprometida com as questões e os interesses populares e, principal-

mente, de organização competente, na medida em que fora capaz de criar tecnologias sociais consideradas inovadoras. O reconhecimento dessa *expertise* levou a ONG a ser convidada a prestar serviços de consultoria a diversas entidades privadas voltadas para a ações de caráter social e também para agências públicas, tanto no Brasil como no exterior, e permitia que a ONG escolhesse as parcerias que lhe conviessem entre as múltiplas ofertas de patrocínio que recebia.

A agência que o Banco E montou na comunidade era pequena, mas completa e bem equipada, isto é, capaz de fornecer todos os serviços que o banco disponibilizava aos seus clientes em qualquer agência. Ela tinha uma antessala que contava com diversas máquinas de autoatendimento onde, durante algumas horas do dia, uma atendente uniformizada estava disponível para orientar os clientes. No fundo desse ambiente uma porta giratória com detector de metais era controlada por dois seguranças. No interior da agência, em cuja decoração predominavam as cores da logomarca do banco, havia dois guichês (caixas) em frente aos quais ficavam algumas fileiras de poltronas para acomodar aqueles que aguardavam pelo atendimento. Mais para o fundo da sala, quatro ilhas de trabalho abrigavam o gerente geral da agência e os demais gerentes que atendiam demandas específicas (abrir contas, solicitar serviços), um deles voltado especialmente para o atendimento relativo ao microcrédito. No interior da agência nunca havia muita gente esperando para ser atendido, somente em alguns dias do mês se formavam filas, como no dia do pagamento das aposentadorias. A exemplo de outros bancos privados, o Banco E não aceitava receber pagamentos de taxas ou de boletos de quem não fosse cliente. Esses eram encaminhados à agência lotérica instalada na mesma rua, onde diariamente se formava uma longa fila de espera para o atendimento.

Segundo seus funcionários, aquela agência vinha cumprindo todas as metas propostas pela direção do Banco E, sobretudo aquelas relativas à abertura de contas e à contratação de microcrédito. Para a formação dessa carteira de clientes era decisiva a ação dos agentes do banco que atuavam com os comerciantes locais, assessorando-os na condução dos negócios e orientando-os no processo de formalização dos empreendimentos que, não raramente, eram informais. Entre os agentes de microcrédito havia moradores locais, sendo que alguns deles foram recrutados pela ONG parceira, fato que era muito valorizado na fala dos funcionários do banco e no material de marketing da instituição.

Passados alguns meses, uma segunda agência do Banco E foi inaugurada na região, tendo a mesma ONG como parceira. A presença de suas agências no interior do território da favela (ou “comunidade”) era um tema fartamente referido no material promocional do banco, no qual aparecia como sinalizador do comprometimento daquela instituição financeira com o país (na medida em que se tratava de um banco

estrangeiro) e, também, de seu compromisso com a população de baixa renda, em especial com os habitantes de bairros populares que, no Brasil, apenas muito recentemente passaram a ser percebidos como pertencentes ao mercado consumidor. No caso dos habitantes das favelas, isso aconteceu somente a partir de quando essas regiões se tornaram alvo de ações de integração urbana (intervenção policial pacificadora, implementação de obras de infraestrutura e oferta de serviços públicos) e seus moradores, alvo de políticas que propiciaram o crescimento da renda e estimularam o acesso aos serviços financeiros. Nas manifestações oficiais do banco, uma expressão aparecia de forma reiterada: “estamos aqui para ficar”.

Para os funcionários do Banco E, participar da experiência de instalação de uma agência bancária na favela implicava riscos, mas também poderia levá-los a significativos ganhos pessoais e profissionais. O fato de trabalharem em um contexto que, no imaginário social, era tido como hostil, perigoso e comercialmente pouco promissor fazia com que eles fossem alvo de questionamentos constantes por parte de familiares e de conhecidos, que indagavam sobre as suas condições de trabalho e também em relação à insegurança a que estavam expostos. Esse tema estava presente em quase todas as conversas, até mesmo naquelas que eles mantiveram comigo. E o que se ouvia em resposta a esses questionamentos era invariavelmente a afirmação de que segurança era o sentimento predominante em relação ao seu dia a dia de trabalho. No entanto, a maior ênfase do discurso era dada ao sentimento de orgulho que sentiam pelo respeito que a população local lhes dispensava. Embora parecessem sobrecarregados por tarefas, esses profissionais mostravam-se sempre muito entusiasmados por estarem envolvidos no que lhes parecia ser uma aventura, até aquele momento muito bem-sucedida, na medida em que a agência vinha se mostrando capaz de atingir as metas comerciais propostas pelo banco, tendo um desempenho comparável ao de agências mais antigas ou mesmo ao de agências localizadas em bairros com população de renda mais alta.

Por se tratar de um projeto considerado estratégico para a instituição financeira como um todo, era evidente que a locação naquela agência também propiciava aos funcionários uma grande visibilidade em termos profissionais. A agência e suas ações conjuntas com seus parceiros locais eram objeto recorrente de matérias que circulavam no âmbito institucional (sites e material de comunicação interna do banco) e na mídia nacional (jornais, sites de notícias etc.). A agência bancária, a ONG parceira e a associação de moradores também costumavam receber visitas de celebridades, de autoridades políticas e de dirigentes do alto escalão do banco. De acordo com um de seus profissionais graduados, a implantação da agência naquele ambiente poderia ser considerada um *case* empresarial, isto é, uma experiência inédita a partir da qual estava sendo produzido um *know-how* inovador, passível de ser aplicado em

contextos similares de atendimento a populações de baixa renda em outras partes do mundo, onde o banco já atuava ou pretendia atuar.

Banco C: “Parece hospital público”

O Banco C já detinha caixas eletrônicos instalados em alguns locais públicos no interior da favela, mas, como foi dito anteriormente, uma agência completa só foi inaugurada poucos meses depois da operação de “pacificação” da região, sendo que a instalação dessa agência no centro comercial provocou o remanejamento da casa lotérica que funcionava ali até então, oferecendo serviços financeiros a quem não detinha conta bancária.

Segundo relatos dos funcionários do Banco C, a agência foi criada com o objetivo de aliviar a pressão sobre agências situadas em bairros vizinhos, embora não muito próximos, que estavam sobrecarregadas com o aumento da demanda por serviços ocorrida em razão do crescimento da população de beneficiários de políticas públicas (Bolsa Família, aposentadorias e pensões, seguro-desemprego etc.). Nesse sentido, a instalação daquela agência no interior da favela tinha um caráter eminentemente social.

A agência do Banco C ocupava três salas muito pequenas que ficavam no fundo do centro comercial. Para funcionar, a porta giratória, que era seu principal dispositivo de segurança, tinha que se movimentar em um espaço muito estreito, o que exigia uma negociação constante entre quem desejava entrar e quem já estava dentro da agência. Em seu interior, a agência não tinha nenhum elemento decorativo. Também não havia muito espaço para que os clientes aguardassem pelo atendimento, então eles esperavam do lado de fora, em uma área pública que fazia parte do corredor interno do centro comercial, onde também ficavam os dois equipamentos de autoatendimento (caixas eletrônicos). Mesmo em dias movimentados, os clientes nunca formavam uma fila. Quando chegavam ao local, indagavam a quem estivesse mais próximo: “quem é o último da fila?”. Ao obterem essa informação, procuravam um lugar para se sentar, puxavam conversa com os demais ou ficavam andando para lá e para cá, apreciando a paisagem, mas mantendo-se atentos à sequência dos atendimentos para não perderem a sua vez¹⁰.

A maioria dos usuários dessa agência era formada por mulheres (mães e avós) que muito comumente iam ao banco acompanhadas por crianças pequenas. No horário de almoço, os homens apareciam com mais frequência. Muitos não sabiam

10. O centro comercial situava-se em uma região relativamente elevada, que propiciava uma visão panorâmica da favela e da cadeia de montanhas que circundam a região. O local em que a agência bancária foi instalada tinha sido planejado para funcionar como um belvedere, tendo uma das suas laterais aberta para o vale e contando com bancos para que os frequentadores pudessem se acomodar e apreciar a paisagem.

utilizar as máquinas de autoatendimento e outros tantos se mostravam inseguros em relação à adequação de sua demanda por serviços ou em dúvida se estavam ou não na agência correta para a resolução de seu caso. Para responder a essas dúvidas, a agência mantinha uma recepcionista que ficava do lado de fora da agência orientando os clientes. Quando ela não estava, quem fazia esse atendimento era o segurança da agência. A recepcionista morava na comunidade. O segurança e os demais funcionários vinham de outros bairros não muito distantes. O segurança afirmou gostar de trabalhar naquele local, mas demonstrou alguma apreensão em relação à segurança da região. A orientação do público era feita diante de todos os que estavam esperando por atendimento. A exposição das questões e de detalhes sobre a vida pessoal dos clientes fazia com que eles se tornassem tema de comentários entre os que aguardavam e, em muitos casos, motivasse a participação destes últimos na resolução das dúvidas e problemas. Os funcionários da agência e alguns clientes demonstravam deter certa familiaridade de quem se frequenta assiduamente. Também era normal que funcionários e usuários em aguardo ajudassem a cuidar das crianças pequenas ou que as pegassem no colo enquanto suas mães ou avós eram atendidas ou usavam os caixas eletrônicos.

Além de ocupar um espaço demasiadamente pequeno, em seu funcionamento cotidiano a agência sofria diversos percalços. Seguidamente o atendimento era suspenso por não haver conexão de internet (os fios eram frequentemente roubados, dizia-se), porque a impressora não estava funcionando, porque os equipamentos de autoatendimento pifavam e não havia manutenção etc. A intermitência nos serviços fazia com que os usuários tivessem que voltar à agência por diversas vezes, em muitos casos, no mesmo dia. Alguns, não conseguindo acesso ao benefício que tinham ido buscar, viam-se sem recursos para pagar o transporte de volta para casa.

Apesar de todas essas mazelas, durante o período de observação raramente presenciei expressões de desagrado ou de revolta. Uma das razões para essa “boa vontade” pode estar no fato de boa parte dos indivíduos atendidos ser composta por beneficiários de políticas sociais (Bolsa Família, Seguro-Desemprego), o que os levava a não se colocarem na posição de consumidores ou clientes de uma empresa. Na verdade, muitos se percebiam como beneficiários de um serviço público cuja demora e precariedade eram vistas como normais. Em uma única ocasião ouvi um cliente desabafar: “Isso aqui parece hospital público. A gente fica na fila e nunca é atendido!”, esbravejou. Outros demonstravam a clara percepção de que não eram desejados pelos bancos privados, nem como correntistas nem como usuários de outros serviços, como o pagamento de contas domésticas. “Lá no outro banco não me querem”, afirmou com ar indignado um morador que acabara de vir do Banco E, onde não fora atendido.

Outra razão para a complacência dos clientes em relação às falhas no atendimento pode estar em sua identificação com os funcionários do banco, que também sofriam com a precariedade das condições de trabalho (espaço apertado, equipamento sem manutenção, muito trabalho e poucos recursos). Esses últimos não tinham espaço privado para o descanso. No intervalo do trabalho, comiam e descansavam em uma pequena sala que fazia as vezes de almoxarifado, e cuja única porta, que precisava ficar semiaberta para permitir entrada de luz, dava diretamente para a parte externa da agência, de frente para o local em que os clientes esperavam pelo atendimento. Assim, mesmo enquanto almoçavam ou quando se dirigiam ao banheiro, que ficava no centro da galeria, os funcionários eram constantemente abordados por clientes aflitos.

Entretanto, apesar da espera e das dificuldades técnicas, em geral os clientes saíam da agência satisfeitos, ao menos em relação à forma com que tinham sido atendidos. Eram comuns os elogios aos funcionários pela atenção que lhes fora dispensada ou pela dedicação demonstrada na resolução de cada caso. Algumas cenas presenciadas corroboram a impressão de que os funcionários se esforçavam para se comunicar bem com os clientes. Explicavam com calma a problemática envolvida em cada caso (transferência de local de recebimento de benefício, dificuldade no acesso à renda de parentes doentes causada pela falta dos documentos exigidos legalmente, comprovação de renda e habilitação de avalistas para a obtenção de financiamentos, extravio de cartão, esquecimento de senhas etc.), criavam soluções *ad hoc* para casos complicados, orientavam os clientes em relação a questões externas aos assuntos do banco, como a de saber a qual instituição tinham que ir para obter algum documento ou qual a condução mais apropriada para chegarem até lá.

Pelos relatos obtidos, foi possível perceber que o tratamento que os funcionários dispensavam ao público não era efeito somente de um padrão institucional de atendimento ou do estilo pessoal de cada um deles, mas, também, de uma certa dose de identificação com a população e de engajamento no desempenho do que consideravam ser uma função de caráter público. Além de serem enfáticos ao afirmarem que se sentiam muito seguros trabalhando naquela região, mais até do que em agências localizadas em bairros tradicionais da cidade, vários funcionários do Banco C fizeram questão de contar que, ao longo de suas vidas, já tinham frequentado, trabalhado ou mesmo morado em “comunidades”. Para alguns deles, a transferência do seu antigo local de trabalho para o contexto de favela tinha sido uma escolha justificada pelo desejo pessoal de se alocar em um ambiente que lhes exigisse o desempenho do que acreditavam ser um trabalho socialmente comprometido e relevante.

Surpreendente, até mesmo para os próprios funcionários do Banco C, foi o fato de aquela agência, instalada na favela para atender prioritariamente as demandas de natureza social (beneficiários de políticas públicas), ter sido capaz de atingir, também,

bons resultados comerciais, o que se deu fundamentalmente por meio da concessão de microcrédito. Do ponto de vista dos funcionários, os resultados positivos alcançados colocavam em xeque as visões estereotipadas e preconceituosas que dominam o imaginário social a respeito dos habitantes das favelas e, por extensão, a respeito de quem trabalha nesses contextos. Por outro lado, eles sabiam que boa parte dos bons resultados comerciais obtidos dependia de clientes que não moravam na comunidade e, sim, nos bairros próximos. Eram clientes que passaram a frequentar o banco justamente porque a agência fora instalada em um local de fácil acesso e em razão das ações públicas de “pacificação” da região. Se as condições relativas à segurança mudassem ou se a agência fosse instalada em um local mais central no território da favela, dificilmente a frequência desse tipo de público se manteria.

A performance da agência fez com que ela perdesse o *status* (informal) de agência social. Em razão de seu bom desempenho comercial, ela passou a ser vista pela administração central do banco como capaz de cumprir as mesmas metas exigidas das demais agências, programadas com o intuito de fazer com que o banco atinja seu objetivo estratégico mais geral: estar entre os primeiros no ranking dos bancos brasileiros. Embora se mostrassem orgulhosos das conquistas alcançadas, os funcionários consideravam que as metas exigidas eram excessivas, tendo em vista as condições de trabalho oferecidas e o esforço extra que o atendimento à população carente lhes exigia.

Entre as dificuldades encontradas no atendimento aos moradores da comunidade estava o fato de muitos deles não terem como comprovar seu endereço, já que moravam em locais de ocupação irregular. Para contornar essa questão, o banco aceitava declarações de residência fornecidas pela associação de moradores. Outras dificuldades diziam respeito à dificuldade de muitos clientes em comprovar a renda – passo necessário para a obtenção de crédito –, já que o trabalho e as atividades de comércio e de prestação de serviços realizados por grande parte dessa população eram informais. Nesses casos, o banco aceitava calcular a renda presumida com base na apresentação de documentos que comprovassem os gastos mensais da família (aluguel, mensalidades ou outros gastos regulares).

Considerações finais

Em um período muito recente, os segmentos sociais de baixa renda passaram a desempenhar novos e importantes papéis na dinâmica da economia brasileira: além de fornecedores de mão de obra, passaram a ser percebidos, também, como consumidores e como usuários de serviços financeiros.

Os efeitos da incorporação de amplas camadas da população ao mercado de consumo de bens e de serviços financeiros são vistos de forma ambivalente. O aumento

do consumo de bens (não apenas de baixo custo, mas também automóveis e casa própria) foi visto como positivo somente enquanto se mostrou capaz de alavancar o ciclo de crescimento econômico que prevaleceu por alguns anos. O maior acesso ao crédito, por sua vez, tem sido mais comumente avaliado de forma negativa. Quando abordado pela mídia nacional (principais jornais e redes de TV), o tema da disseminação do uso de serviços bancários e do crédito entre as classes populares é tratado quase que exclusivamente sob a forma de denúncia daquilo que é percebido como incompetência por parte dessa população para o uso desses instrumentos e também sob o prisma da preocupação com o crescimento do endividamento da população, embora os fundamentos dessa preocupação não sejam claramente demonstrados nem suas motivações totalmente explicitadas (quem está preocupado com quem, afinal?).

Algumas abordagens teóricas apresentam os instrumentos e os recursos financeiros como meios de alargamento das oportunidades, desde que estejam disponíveis a todos e que sejam submetidos ao controle social (Abramovay, 2004; Gloukoviezoff, 2006). No entanto, a maioria dos trabalhos acadêmicos dedicados à temática da financeirização tende a orientar suas análises no sentido de evidenciar o alargamento da subordinação da economia à lógica do sistema financeiro, tendo como pano de fundo a crítica ao domínio aparentemente inexorável da chamada lógica neoliberal no mundo contemporâneo.

Buscando abordar o tema através de outros enfoques, uma série de autores das ciências sociais tem escolhido estudar os diversos processos que levam à financeirização da vida social com base na análise de situações concretas, que levam em consideração os contextos sociais em que eles ocorrem, as especificidades dos agentes neles implicados e seus efeitos, sob a ótica dos sujeitos envolvidos (Villarreal, 2004; Mattoso, 2005; Castilhos, 2007; Lazarus, 2010a; 2010b; Ossandón, 2011; Bazán Levy e Saraví, 2012; Wilkis, 2013; 2014; Weber, 2002; 2009). Esses trabalhos serviram de inspiração e orientaram a pesquisa que fundamenta este artigo. Ela enfocou a relação entre agentes do sistema financeiro e a população de baixa renda valendo-se de uma experiência específica, datada, vivenciada em um contexto social de alta complexidade, características essas que nos ajudaram a perceber que o fenômeno da financeirização pode assumir diferentes configurações.

Sem ignorar os interesses e os ganhos obtidos pelas instituições financeiras envolvidas nem os processos políticos mais amplos que englobaram a experiência aqui descrita, podemos afirmar que, no âmbito das políticas levadas a cabo pelo governo brasileiro até recentemente, a promoção da oferta de serviços financeiros aos segmentos populares foi concebida como uma estratégia de inclusão social, a qual estava inserida em um programa de governo e cuja efetivação se encontrava condicionada à efetividade de outras políticas de larga escala.

De forma mais específica, a presença física dos agentes financeiros no contexto aqui analisado dependeu do sucesso de intervenções que buscaram estabelecer o controle do Estado sobre um território que historicamente se encontrava fora ou às margens de seu domínio (Das e Poole, 2008). Além disso, como pudemos ver, a ação dos bancos que se instalaram naquela região dependeu, e muito, da mediação de outros agentes já enraizados localmente e identificados pela população como socialmente comprometidos ou de sua apresentação como agente distribuidor de benefícios fornecidos pelo Estado.

Por fim, a experiência que foi alvo dessa pesquisa nos levou a perceber que, mesmo produzindo resultados comerciais similares, a oferta de serviços financeiros a um mesmo grupo social pode assumir características muito diversas e produzir efeitos bastante desiguais, tanto para os indivíduos que as executam quanto para os beneficiários desses serviços, dependendo do perfil da instituição que a implementa.

Assim, pela abordagem etnográfica, vimos que os processos concretos relacionados com o fenômeno da financeirização podem ser uma janela através da qual se consegue acessar dinâmicas sociais de escopo muito amplo. No caso estudado, a mais evidente é a da reprodução de fronteiras e de desigualdades sociais, mesmo quando o que está em jogo são políticas e ações que visam à inclusão.

Referências Bibliográficas

- ABRAMOVAY, Ricardo (org.). (2004), *Laços financeiros na luta contra a pobreza*. São Paulo, Annablume/Fapesp/ADS-CUT/Sebrae.
- ALVES, Amanda Sanches. (2009), *A vida social do cartão de crédito*. Porto Alegre, trabalho de conclusão de curso, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. (2010), "Relatório de inclusão financeira, n. 1". Brasília, BCB. Disponível em https://www.bcb.gov.br/Nor/relinfin/relatorio_inclusao_financeira.pdf, consultado em 22/1/2014.
- BAZÁN LEVY, Lucía; SARAVÍ, Gonçalo A. (2012), *La monetización de la pobreza: estrategias financieras de los hogares mexicanos*. Mexico, DF, Publicaciones de la Casa Chata.
- CANDIDO, Luara Fernandes de. (2007), *Crédito sob a ótica da terceira idade: significados da utilização do empréstimo pessoal para idosos*. Porto Alegre, trabalho de conclusão de curso, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
- CASTILHOS, Rodrigo B. (2007), *Subindo o morro: consumo, posição social e distinção entre classes populares*. Porto Alegre, dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

- DAS, Veena & POOLE, Deborah. (2008), “El estado y sus márgenes: etnografías comparadas”. *Cuadernos de Antropología Social*, 27: 19-52.
- GLOUKOVIEZOFF, Georges. (2006), “L’inclusion bancaire des particuliers: un nouveau défi pour l’État social?”. *Annales Colloque État et Régulation Sociale*. Paris, CES-Matisse. Disponível em <https://gloukoviezoff.files.wordpress.com/2009/01/inclusion-bancaire-etat-social.pdf>, consultado em 30/11/16.
- JARDIM, Maria. (2009), *Entre a solidariedade e o risco: sindicatos e fundos de pensão em tempos de governo Lula*. São Paulo, Annablume/Fapesp.
- KUMAR, Anjali (coord.). (2004), *Brasil: acesso a serviços financeiros*. Rio de Janeiro/ Washinton, DC, Ipea, Banco Mundial.
- LAZARUS, Jeanne. (2010a), “L’épreuve du crédit”. *Sociétés Contemporaines*, 76: 17-40.
- _____. (2010b), “Le crédit à la consommation dans la bancarisation”. *Entreprises et Histoire*, 59: 28-40.
- MATTOSO, Cecília. (2005), *Identidade, inserção social e acesso a serviços financeiros: um estudo na favela da Rocinha*. Rio de Janeiro, tese de doutorado, Coppead, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- MIGUEL, Antonia Celene. (2013), “Microcrédito no Brasil: uma agenda de política pública para o mercado de microfinanças”. *Redd*, 2 (4):183-204.
- MÜLLER, Lúcia Helena. (2009), “‘Então eu fui à luta!’: repensando as representações e práticas econômicas de grupos populares a partir de uma trajetória de ascensão social”. *Política & Sociedade*, 15 (8): 45-171.
- _____. (2012), “Os grupos de baixa renda e o crédito no cenário brasileiro”. In: PINTO, Michele & PACHECO, Janie (orgs.). *Juventude, consumo e educação 4: reflexões, experiências e diálogos contemporâneos*. Porto Alegre, ESPM, pp. 15-26.
- _____. (2014), “Negotiating debts and gifts: financialization policies and the economic experiences of low-income social groups in Brazil”. *Vibrant*, 1 (11):191-221.
- _____. (2015a), “Las finanzas en lo cotidiano: las políticas de inclusión y educación financiera en Brasil contemporáneo”. In: WILKIS, Ariel & ROIG, Alexandre (orgs.). *El laberinto de la moneda y las finanzas: la vida social de la economía*. Buenos Aires, Biblos.
- _____. (2015b), “Negócios na periferia: olhar sobre o desenvolvimento do comércio de bens e serviços em uma comunidade carioca no contexto da implementação políticas de ‘pacificação’”. *Anais do 17º Congresso Brasileiro de Sociologia*. Porto Alegre, UFRGS.
- MÜLLER, Lúcia Helena & VICENTE, Décio Soares. (2012), “Vão-se os anéis: uma abordagem antropológica do penhor como instrumento de crédito”. *Redd*, 2 (4): 105-019.
- OSSANDÓN, José (org.). (2011), *Destapando la caja negra: sociologías de los créditos de consumo en Chile*. Disponível em <http://www.icsoc.cl/wp-content/uploads/2012/01/Destapando-la-Caja-Negra-Sociolog%C3%ADa-de-los-Cr%C3%A9ditos-de-Consumo-Editado-por-Jos%C3%A9-Ossand%C3%B3n-Enero-2012.pdf>, consultado em 25/1/2014.

- SEN, Amartya. (2000), *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo, Companhia das Letras.
- VILLARREAL, Magdalena (coord.). (2004), *Antropología de la deuda: crédito, ahorro, fiado y prestado em las finanzas cotidianas*. Mexico, DF, Ciesal/Miguel Angel Porrúa.
- WEBER, Florence. (2002), “Práticas econômicas e formas ordinárias de cálculo”. *Mana*, 2 (8): 151-182.
- _____. (2009), “Le calcul économique ordinaire”. In STEINER, Philippe & VATIN, François (org.). *Traité de sociologie économique*. Paris, PUF, pp. 367-410.
- WILKIS, Ariel. (2013), *Las sospechas del dinero: moral y economía en la vida popular*. Buenos Aires, Paidós.
- _____. (2014), “Sociología del crédito y economía de las clases populares”. *Revista Mexicana de Sociología*, 2 (76): 225-252.

Resumo

Bancos na favela: relações entre agências bancárias e moradores de uma região urbana alvo de políticas de “pacificação”

Este trabalho aborda a ação de agentes financeiros em contextos populares, tendo como pano de fundo políticas de governo voltadas para a chamada “inclusão financeira”. Ele se baseia em uma etnografia realizada no primeiro semestre de 2013 em uma região da periferia da cidade do Rio de Janeiro, onde, a partir de 2010, foram instaladas agências bancárias, na esteira das ações do Estado visando à “pacificação”, isto é, a tomada de controle do território até então sob domínio de organizações criminosas. Mediante a análise das estratégias desenvolvidas por um banco estatal e um banco privado, busco refletir sobre questões mais amplas, como a da atualização ou reconstrução de fronteiras sociais em processos de implantação de políticas que se propõem inclusivas. Palavras-chave: Financeirização; Inclusão financeira; Políticas públicas.

Abstract

Banks in the Brazilian favela: the relations between bank branches and residents of an urban region targeted by “pacification” policies

This essay discusses the action of financial agents in popular context, under government policies promoted to achieve “financial inclusion” of low income sectors of population. It relies on an ethnographic observation realized in the first half of 2013 on a peripheral area of the city of Rio de Janeiro. In this area banking agencies have been installed since 2010, following government initiative’s to pacify the region, that is, to take control of the territory dominated by criminal organizations. The study analyzes broader issues such as upgrading or reconstruction social boundaries in processes of implementation of inclusive social policies.

Keywords: Financialization; Financial inclusion; Social policies.

Texto recebido em 2/8/2016 e aprovado em 14/10/2016. DOI: 10.11606/0103-2070.ts.2017.118415.

LÚCIA HELENA MÜLLER é doutora em antropologia social pela Universidade de Brasília (UnB), realizou estágio de estudos (doutorado-sanduiche) na École des Hautes Études en Sciences Sociales, França, e de pós-doutorado no Programa de Pós-graduação em Antropologia Social do Museu Nacional (UFRJ). É professora do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e autora do livro *Mercado exemplar: um estudo antropológico sobre a bolsa de valores* (2007). E-mail: mullucia@gmail.com.