

CIUDAD Y FLUJO BANCARIO: COMERCIOS BANCARIOS EN BUENOS AIRES

Villy Creuz¹

Resumen: El objetivo del trabajo es identificar en Buenos Aires los senderos del dinero en la dinámica de la economía urbana. Los comercios bancarios utilizan formas geográficas presentes en las ciudades con funciones particulares: ofertan servicios financieros de pagos de diversos rubros, vinculando los comercios a las actividades bancarias. En ese contexto, el circuito superior amplía su capilaridad y la tercerización de servicios bancarios se efectiva en las actividades del circuito superior marginal. Las demandas que advienen de la sociedad por actividades financieras en el interior de la ciudad resultan en el florecer de los comercios bancarios.

Palabras clave: Ciudad. Circuitos de la economía urbana. Comercios bancarios. Finanzas. Buenos Aires.

CIDADE E FLUXO BANCÁRIO: COMÉRCIOS BANCÁRIOS EM BUENOS AIRES

Resumo: O objetivo do trabalho é identificar em Buenos Aires os caminhos do dinheiro na economia urbana. Os comércio bancários utilizam formas geográficas presentes nas cidades com funções particulares: ofertam serviços financeiros de pagamentos de diversos tipos, vinculando os comércio às atividades bancárias. Nesse contexto, o circuito superior amplia sua capilaridade e a terceirização de serviços bancários acontece por meio das atividades da porção marginal do circuito superior. As demandas advindas da sociedade por atividades financeiras no interior da cidade resultam no florescer dos comércio bancários.

Palavras-chave: Cidade. Circuitos da economia urbana. Comércio bancários. Finanzas. Buenos Aires.

CITY AND THE BANK FLOW: RETAILS BANKING AT BUENOS AIRES

Abstract: The role objective of this paper is identified, from geographical forms of the city of Buenos Aires, the trails of money in the movement between urban economy dynamics. The banking businesses have been using geographical forms in Buenos Aires with particular functions: they offer financial services for payments of the most diverse items. In fact, we look at some situations in Buenos Aires, concerning street shops and banking activities. In this sense, the expansion of the upper circuit and the outsourcing of banking services in the activities of the marginal upper circuit was a simultaneous process.

Keywords: City. Urban Economic Circuits. Banking Services. Financial Services. Buenos Aires.

Introducción

Ciudades son grandes mercados y, también, son formas materiales donde se sobreponen divisiones del trabajo. Para entender dicho movimiento de las ciudades trabajamos con la teoría de los circuitos de la economía urbana (SANTOS, 2004): dos

¹ Universidad de Buenos Aires, Instituto de Geografía "Romualdo Ardissonne", Buenos Aires, Argentina, villy.creuz@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8115-0312>

subsistemas interdependientes del sistema urbano. De hecho, las ramas del circuito superior y del circuito inferior son analizadas con los grados de tecnología, organización y capital.

En ese artículo platearemos sobre las actividades financieras a las cuales nombramos comercios bancarios. Es decir, son pequeños locales en el tejido urbano de Buenos Aires ofreciendo servicios bancarios de terceros (Bancos) y, al mismo tiempo, desarrollando actividades comerciales con bajos grados de capitalización, organización y tecnología. Por medio de una mirada analítica reconocemos singularidades en firmas del sistema financiero vinculadas a los pagos.

El circuito superior genera demandas por medio de la publicidad y de la fabricación, gracias a la inversión en investigación y desarrollo, de innovaciones productivas en las más diversas ramas de la economía. De hecho, emergen actividades del circuito superior marginal vinculadas a las finanzas: pequeñas empresas vinculadas a los servicios de las grandes marcas como Rapipago, de la empresa GIRE S. A., y Pago Fácil es de la empresa estadounidense Western-Union.

De eso resulta la presencia de actividades comerciales desempeñando funciones bancarias. Redes como Rapipago y Pago Fácil se expanden en la ciudad de Buenos Aires². Es importante señalar que los tres principales accionistas de Rapipago, perteneciente al Grupo GIRE S. A., son los bancos Santander Río S. A., Citibank y HSBC. Aquí se vislumbra el funcionamiento concentrado del mercado bancario y financiero.

Las transformaciones en la localización de las actividades son determinadas por los procesos de tercerización de los servicios. Por dicha razón, la metodología se basó en la observación del paisaje urbano, en la aplicación de entrevistas semiestructuradas con los comercios bancarios y también con entrevistas abiertas con los clientes de dichas empresas, de las cuales fueron realizadas una encuesta con un grupo de 65 personas que viven en la ciudad de Buenos Aires, hombres y mujeres entre 25 y 65 años.

Efectivamente, en Buenos Aires, se engendró una topología vinculada a los servicios de pago, circulación de moneda e intermediación de informaciones financieras por medio de empresas tercerizadas, transformándose los servicios

² Pensando la conformación del sistema financiero y bancario argentino, Allan Cibils y Cecilia Alammi (2010, p. 124) aseguran que “podemos concluir que la concentración del negocio bancario no solamente se dio en la reducción absoluta del número de entidades financieras, sino que también se produjo una concentración creciente al interior del sistema financiero, al menos durante la década 1997-2008”.

prestados en el sistema bancario³. A causa de los nuevos actores del circuito superior en la economía urbana, emergen intermediarios de las transacciones bancarias y financieras. Dichos intermediarios de la topología bancaria y financiera amplían las posibilidades de consumo y endeudamiento de la población. Además, ejercen nuevas funciones en la economía urbana. Entre las tecnologías del sistema financiero, dentro del sistema de crédito, existe una importante base de datos. Quienes utilizan dichas tecnologías de información instantánea son bancos, sistemas de pagos online, prestadores de servicios, comercios, redes y cadenas de negocios de diversos rubros.

Comercios bancarios y la elección del mercado

Los comercios bancarios son actividades que funcionan con doble función: comercializan productos y operan funciones bancarias. Algunos de estos locales comercializan bebidas, alimentos, hacen recargas de celulares y billetes de transporte⁴, además, hay pequeños comercios de barrio como tiendas de vestuario y farmacias, panaderías, fiambrerías que asumen, en paralelo, la función de prestadores de servicios bancarios. En ese sentido, retomamos la idea de que ese estado actual de las técnicas y sus herramientas delimitan los trabajos en la ciudad. Así pues, “la implantación de un banco corresponde a un momento de la evolución de las técnicas” (LABASSE, 1955, p. 94). En esa dinámica, los nexos entre el circuito superior, su porción marginal y el circuito inferior son más tenues por el estrechamiento de dependencia recíproca, ya que la “rapidez de la circulación del dinero es facilitada por el elevado número de intermediarios y de agentes que trabajan en el circuito inferior [...]. Pero si el capital circula, hay poca acumulación” y, por lo tanto, “las personas continúan pobres” (SANTOS, 2004, p. 233).

En efecto, las finanzas y la técnica reformulan el trabajo en el medio construido urbano. El factor de la localización de las actividades es central, pues “la localización geográfica delimita quiénes tienen acceso a cuáles servicios financieros y cuál es el costo” (DIAS, 2017, p. 385). El mapa de las densidades demográficas define el coeficiente potencial de los clientes de las sucursales. En ese sentido, también es importante la relación establecida entre quienes atienden y el público que utiliza estos

³ Para Leila Dias (2009, p. 10), “la lógica de las finanzas ha marcado prácticamente todos los campos de la vida social, o sea, una financierización que no resulta solamente de la acción de los tradicionales capitales bancarios”.

⁴ Por lo general, estos locales reciben el nombre de kioscos y locutorios.

servicios, ya que, muchas veces, se establecen vínculos de amistad o cordialidad recíproca.

La presencia de estos negocios transforma el cotidiano urbano, promoviendo transformaciones en el paisaje urbano. En ese contexto, la publicidad y las marcas adquieren relevancia en el interior de las metrópolis, descubriendo fronteras de los mercados urbanos a partir de los pequeños comercios en los barrios. De hecho, son los usos del territorio por medio de la disposición de los objetos, de las funciones que éstos cumplen y de la relación entre los actores sociales, estableciendo solidaridades entre individuos, empresas e instituciones a partir del entorno construido que dan contribuyen a la vida de relaciones sociales cotidianas se vuelven también mediadas por la variable financiera.

Agentes financieros utilizan tecnologías de información instantánea: bancos, sistemas de pagos online, prestadores de servicios, comercios, redes y cadenas de diversos rubros. De hecho, yuxtapuesto a los nuevos actores del circuito superior en la economía urbana emergen intermediarios de transacciones bancarias y financieras. Todo el sistema de circulación de flujos financieros tiende a ser sostenido por medio de las ventas en comercios y establecimientos de servicios, y de la relación establecida entre estos actores y los bancos, los adquirentes y la oferta de crédito. La existencia de topologías (jerarquía y grados de dependencia) es una atribución de la división interna de la empresa; son medidas variables que pueden ampliar la plusvalía a partir de las localizaciones atractivas desde el punto de vista del capital.

El fenómeno de la subcontratación de pagos desde los bancos hacia los pequeños comercios es una nueva realidad, pues diversos actores operan funciones financieras y bancarias, y ejercen la función de intermediación entre los bancos, los pequeños comercios y la población. Aunque haya concentración del capital bancario y financiero y de la respectiva gestión del dinero se amplía el número de intermediarios.

Entre las numerosas manifestaciones de esas empresas del circuito superior en Buenos Aires, la operación de sus funciones es realizada a partir de pequeños comercios de barrio, farmacias, locutorios y kioscos. Dichas pequeñas empresas, por lo general, pertenecen a comerciantes locales que se vinculan a las grandes redes de

servicios de pago para tener más ganancias y, así, intensificar el flujo interno de capital. Las sucursales de Rapipago y Pago Fácil reciben 1% de las facturas o montos recibidos.

El uso de espacios comerciales ya consolidados y con menor grado de capitalización es una estrategia utilizada por el circuito superior. Esa forma de negocio de tercerización bancaria encontró, de ese modo, un nicho para ampliar su participación en los más variados puntos. “La ciudad se ha convertido en un elemento motor del sistema económico” (DERYCKE, 1983, p. 15). El medio construido urbano es un medio ideal para la reproducción del capital financiero y el ejercicio de actividades bancarias.

Dada la competencia entre marcas - Rapipago y Pago Fácil - la saturación de la oferta lleva a la disminución del número de sucursales. De hecho, hay una continua competencia entre empresas de ese rubro y es alto el índice de cierre de las sucursales afiliadas. En una de las entrevistas, accedimos a una cifra aproximada: de cada 10 sucursales, solo 6 tienen sobrevivencia de dos años o más.

Localizar las sucursales de los comercios bancarios en paradas de colectivos es algo habitual en este rubro. De acuerdo con los entrevistados, prestadores de servicios de pago que, muchas veces, son también propietarios de pequeños comercios de barrio (farmacias, tiendas, entre otros) cuando las personas están esperando los colectivos suelen recordar que deben pagar una factura o recargar el celular o la tarjeta SUBE⁵.

Figura 01 - Sucursal de Rapipago junto a una parada de colectivos. Barrio de Abasto - Ciudad de Buenos Aires, 2016. **Figura 02**. Sucursal de Pago Fácil en un nodo de circulación. Barrio de Recoleta - Ciudad de Buenos Aires 2017.

⁵ La tarjeta SUBE es una tecnología adoptada en 17 de las 23 provincias argentinas, vinculada al transporte de colectivos, trenes, subtes y peajes. Los ciudadanos o visitantes del país suelen registrarse por el sitio del Ministerio de Transporte. La recarga de la tarjeta puede ser realizada en diversos locales, entre los cuales también están las sucursales de Rapipago, Pago Fácil, Full Cargo, Cobro Express y Cobro Virtual.



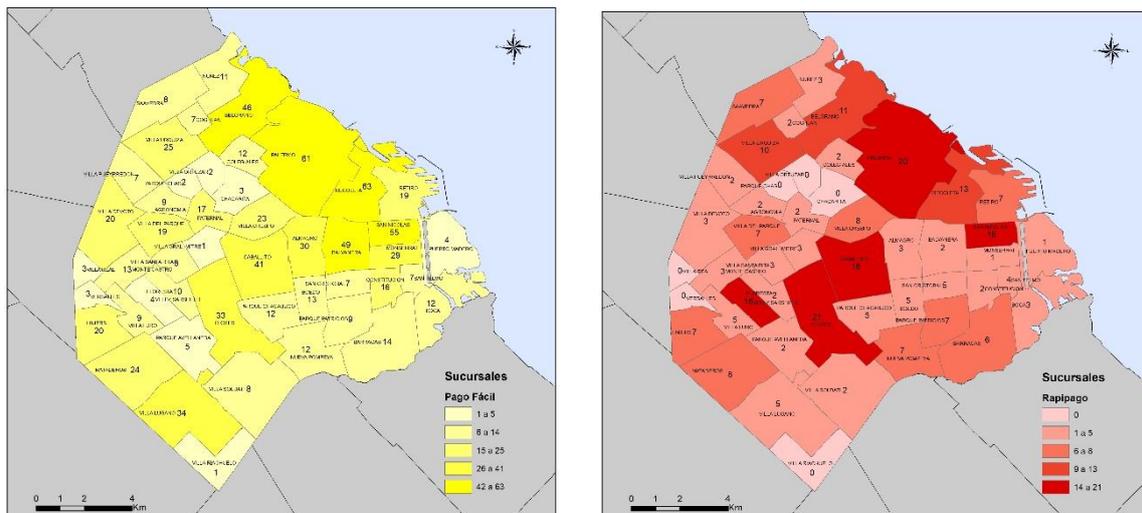
Fuente: CREUZ, 2020. Elaboración propia.

En ese sentido, es importante señalar que las grandes avenidas y los puntos de grande circulación en Buenos Aires son excelentes lugares de acuerdo con los propietarios de las actividades. La circulación de personas representa una demanda espontánea para esas firmas. En la encuesta que realizamos con un grupo de 65 personas que viven en la ciudad de Buenos Aires, hombres y mujeres entre 25 y 65 años, el 56,36 % de los entrevistados utiliza sucursales en el barrio donde vive; el 30,91 % acude a las sucursales que están cerca de sus trabajos y el 20 % paga sus facturas en la primera sucursal que encuentra.

En ese sentido, el factor de localización posee, además, la preocupación por el posicionamiento en grandes avenidas o calles paralelas de circulación de peatones y ciclistas, en particular, calles que disponen de ciclovías.

Mapa 1-Comercios Bancarios en Buenos Aires – Marca Pago Fácil (2020)

Mapa 2- Comercios Bancarios en Buenos Aires – Marca Rapipago (2020)



Fuente: elaboración propia.

Las marcas presentes en las ciudades son los rostros visibles de una empresa en el paisaje. La marca es el nombre, término, signo, símbolo o combinación de ambos, cuyo propósito es identificar bienes o servicios. Es importante señalar que una marca no es una empresa en sí misma y no necesariamente coincide su denominación en los registros jurídicos con el nombre visible en el paisaje. La marca exterioriza los conjuntos de asociaciones con grupos de diversos rubros de los cuales ella puede llegar a formar parte, como Pago Fácil y su empresa matriz Western Union. Por esa razón, contemplar la morfología del tejido urbano indica como la realidad puede ser analizada, pero, seguramente, solo la morfología no nos ofrece la composición de los usos del territorio. Cuando hablamos sobre marcas y paisaje, no podemos desestimar el papel de la publicidad.

Los rostros de los comercios bancarios

Entendemos la publicidad como un método de acción capaz de fabricar una marca, haciendo de ese nuevo signo un deseo, gracias a los medios de inducción al consumo. En ese sentido, la publicidad es un método hacia la creación de una

significación de un producto o servicio. Es, de ese modo, el rostro visible de una empresa que integra una división social y territorial del trabajo.

Armand Mattelart (2000, p. 15) concibe la publicidad, o mejor dicho, el “acto publicitario”, en función de “tres actores profesionales: el anunciante, la agencia y el soporte. El primero, “el anunciante”, pone en marcha el proceso al encargar un servicio a la segunda, “la agencia”, que lo aconseja, concibe el mensaje y lo orienta hacia el tercero, “el soporte” (MATTELART, 2000, p. 65).

Entre las tareas de estos actores están: escrutar, sondear, analizar el estado y el movimiento de los medios, de los mercados y de los consumos de la población. Todas las marcas son fabricadas con la finalidad de afirmar un producto y conquistar un mercado. Todo el territorio es surcado por marcas, en los más diferentes tipos de rubros, incluidas las marcas financieras. Como hemos señalado, la marca Pago Fácil es de la empresa estadounidense Western-Union y la marca Rapipago es de la empresa GIRE S. A.

Esas dos compañías utilizan marcas (layout) para garantizar el rostro de la división interna de sus respectivas compañías. La marca Pago Fácil utiliza el color amarillo y lila, con una flecha que indica dónde pagar sus facturas de manera rápida. Esas indicaciones presentan también el nombre de la empresa que controla las operaciones de Pago Fácil: Western-Union. De acuerdo con las entrevistas de Pago Fácil en Buenos Aires, los comerciantes adheridos a ese servicio bancario firman un contrato en el cual aceptan mantener el diseño de la marca, los colores y los equipos necesarios: una computadora, un lector de códigos de barras y un cofre de seguridad.

Figura 3- Fachada de una sucursal de Rapipago. Barrio de Abasto – Ciudad de Buenos Aires, 2018.



Fuente: Creuz, 2020.

La marca Rapipago pone énfasis en la velocidad de las operaciones de pago. Por esa razón, utiliza un reloj con piernas que hacen alusión a la aceleración de la vida cotidiana. El eslogan es “Venís, pagás y listo”⁶. De manera que la idea de “aceleración contemporánea” (SANTOS, 1997, p. 29) adquiere una clara manifestación empírica: “vivimos plenamente la época de los signos, después de haber vivido el tiempo de los dioses, el tiempo del cuerpo y el tiempo de las máquinas. Los símbolos confunden, porque toman el lugar de las cosas verdaderas”.

La aceleración contemporánea es resultado de la explosión del consumo, del crecimiento exponencial del número de objetos y del arsenal de palabras (SANTOS, 1997, p. 30). Es por eso que la aceleración contemporánea ocurre como consecuencia, entre otras cosas, de la publicidad, es decir, de la producción de una retórica discursiva que fomenta el consumo y celebra la velocidad. Así, la coherencia del periodo se verifica también en el paisaje urbano, por medio de las formas visuales de las marcas, que exaltan la velocidad y el corto tiempo en el que puede operarse un pago.

En lo que respecta a empresas más pequeñas en Argentina que también están vinculadas al mercado extrabancario, podríamos señalar cuatro: Full Pago, Full Carga, Cobro Express y Cobro Virtual. Cuando asistimos a una profusión de actividades financieras, con grados distintos de capital, pero con tecnologías cuyas funciones son idénticas, vemos igualmente a los usos determinados por las variables técnica y financiera en el territorio, es decir, a los usos realizados a través de relaciones económicas basadas en procesos de producción. Son formas de acción objetivas del

⁶ Pensamos que la frase: “Venís, pagás y listo” sería un intento de imitar la musicalidad de la expresión del latín clásico, supuestamente proferida por un general del imperio romano, *Veni, vidi vici*, que suele ser usada en publicidades y frases adaptadas en las empresas.

hombre y, por eso, no se produce solamente una naturaleza de riqueza social objetivada, sino que existe además una idea subjetiva de la riqueza y de la pobreza, que las convierte en conceptos relativos. De hecho, las formas de consumo se multiplican en el territorio, y las bases materiales para efectuar las operaciones de compras y ventas de servicios responden a dicha demanda.

El consumo y los comercios bancarios

La monetización, es decir, la capilarización del dinero en las relaciones sociales es un producto histórico establecido a través de objetos disponibles en cada momento histórico. Cada momento de la monetización de la sociedad descompone y moviliza divisiones sociales y territoriales del trabajo, transformando las formas de producción y de consumo de su tiempo.

Cada actividad es una función de la división territorial del trabajo y su valor es determinado, en definitiva, por el lugar en que se manifiesta junto a otras actividades. Por esa razón, la división territorial del trabajo crea una jerarquía entre lugares y redefine, en cada momento, la capacidad de acción de las empresas, personas e instituciones.

En otros términos, cada modernización, es decir, la implantación de una nueva división territorial del trabajo crea nuevas circunstancias para la acción de los actores y nuevos parámetros para el valor de su trabajo. De esa manera, la verdadera explicación sólo puede alcanzarse estudiando la evolución histórica, en la cual “advertimos la sucesión de divisiones territoriales del trabajo, sin olvidar que cada periodo revela una coexistencia de tales divisiones” (SILVEIRA, 2014, p. 20).

En el presente, dentro de ese “cuadro” de la vida social que anima el movimiento del territorio, la nueva naturaleza técnica del dinero instala una repartición de tareas en el interior del subsistema financiero vinculado a los pagos. Eso ocurre porque el dinero adquirió mayor velocidad de circulación a través de la integración de la cibernética, la información y las finanzas. En este momento, se evidencia la circulación de datos a partir de la nueva división del

trabajo, en la cual pequeños negocios operan transacciones con actores sociales *copresentes* (GIDDENS, 2003), por medio de la contigüidad urbana y del contacto personal. Y las grandes empresas y grupos llevan a cabo la gestión y transferencia de fondos y capitales entre bancos y bancos centrales, así como la logística del flujo de dinero en efectivo en las ciudades y también el flujo del dinero virtual.

El circuito superior tiende a no operar transacciones con personas directamente, sino con máquinas. La operación financiera del circuito superior “puro” es realizada por medio de algoritmos. Sin embargo, la variable fuerza –que mantiene viva la porción marginal– son los actores copresentes en los lugares. La densidad demográfica de los grandes centros metropolitanos permite a los comercios bancarios la supervivencia en medio a sucesivas modernizaciones en los sistemas de pagos.

De esta manera, los nuevos intermediarios de la topología bancaria y financiera amplían posibilidades de consumo y la posibilidad de ampliar los mecanismos para el endeudamiento de la población. La ingeniería de los pagos produce una compleja red de cooperación entre actores sociales con alto grado de organización, tecnología y capital.

Sin embargo, todo el sistema tiende a ser sostenido a través del consumo, las ventas en comercios y servicios, y la relación de estos actores con los bancos, con los adquirentes y sus situaciones de crédito. Toda esta cadena de valor y producción pone en movimiento la economía, potencializada por la digitalización monetaria.

Además, otro vector impulsó la comercialización de operaciones de pago en Buenos Aires: el hecho de que los bancos promovieron una supresión de funciones de sus sucursales. Esa dinámica ya era innegable a partir de la incorporación de tecnología en las sucursales bancarias.

Las empresas del circuito superior tienden a establecer una serie de métodos de organización en la gestión de las marcas, los diseños de sus proveedores de servicios, fabricación propia de *softwares*, como en el caso de RapiPago, empresa del grupo GIRE S. A. Estos comercios funcionan a través de sistemas de comunicación inherentes a la renta monopolística del capital bancario. De hecho, “las actividades económicas esenciales ya no son la producción y la acumulación de objetos físicos,

sino la emisión y el tratamiento de flujos, canalizados por las “rutas digitales” (GOLDFINGER, 2001, p. 78).

Por esa razón, la información es un factor de producción no solo para el circuito superior, sino también para los actores del circuito superior marginal y del circuito inferior. Las operaciones bancarias son parte de la vida cotidiana de las poblaciones. Ellas integran todo el sistema urbano entendido también como un gran mercado. En ese sentido, podríamos citar a Henri Lefevre (1969, p. 57), cuando dice que la ciudad es la mediación activa del desarrollo capitalista, ya que “lo urbano interviene en la producción y en la concentración de capitales”.

El consumo es central para la reproducción de la fuerza de trabajo y para la reproducción material de la sociedad (alimentación, medicamentos, servicios de salud, educación, vivienda, etc.). La geógrafa Silvia Busch (2018, p. 20), hablando del contexto argentino, señala que “Buenos Aires es la primera ciudad en tamaño y continúa siendo el principal nodo de regencia, de producción y de consumo en el país”.

Los vasos comunicantes entre los dos circuitos constituyen una oposición dialéctica creando, de una parte, por la expansión del consumo vinculado a la publicidad y la ampliación del mercado del circuito superior (productos y servicios financieros) y, por otra parte, por el crecimiento del circuito inferior vinculado a los consumos y del circuito superior marginal vinculado a la oferta de bienes y servicios vinculados a las finanzas.

En ese sentido, el sistema urbano son diversos tipos de demandas reunidas y diferentes rubros de consumo. Por esa razón, el consumo y sus formas de realización son realidades explicativas, ya que se vinculan a la producción y la oferta. En el espacio geográfico, nexos y cosas vienen juntos (SILVEIRA, 2017): población y sistema bancario; endeudamiento y formas de acceso al crédito; consumo electrónico y expansión de pequeñas sucursales bancarias tercerizadas; aumento del circuito superior y ampliación de la pobreza relativa y estructural. Todos estos vectores y variables en continuo conflicto y cooperación resultan en la vida de los múltiples actores presentes en el sistema urbano.

Uno de los puntos centrales es entender que el circuito superior marginal y el circuito inferior poseen gran capacidad de absorción de cosas, demandas, mercados, trabajos y actividades. De hecho, cuando son transformados los tipos de consumo son también cambiados los fundamentos del sistema productivo. Las modernizaciones son responsables por las innovaciones en los tipos y las regularidades del consumo. En efecto, cada nuevo producto opera simultáneamente factores políticos, datos técnicos y el consumo de todo el conjunto de la población.

Las innovaciones del sistema de pago de las empresas del circuito superior están vinculadas a una plusvalía global, acelerando la circulación de capital y también el flujo de productos. La geografía de la rápida circulación de capitales es una manifestación de una geografía del tiempo acelerado, coherente a una división del trabajo muy compleja y heterogénea. En ese movimiento del territorio, los tipos y las regularidades del consumo del circuito superior de la economía urbana están relacionados a los tiempos particulares de los consumos locales, es decir, a las formas singulares del tiempo general.

En ese orden de cosas, los tiempos de los flujos acelerados se mezclan con las singularidades de los contextos de los lugares. El tiempo global, de la economía global, sinónimo del tiempo de los grandes capitales, es repartido en los tiempos lánguidos de la vida cotidiana y de la contigüidad de los lugares. De eso resulta un proceso de aceleración de los flujos de capitales en todo el sistema urbano con el auxilio del trabajo repartido entre actores con grados más bajos de organización, capital y tecnología.

Consideraciones Finales

Definir la significación de cada actividad y de cada ciudad implica hacernos la siguiente pregunta: ¿cuáles son las formas indispensables para la realización de las funciones de las actividades? De una parte, hay un punto material, tecnológico, de las formas posibles de producir una acción. De otra parte, hay un punto inmaterial, de la manera de concebir la producción de una acción.

Estos dos elementos son simultáneos y, por lo tanto, nexos y cosas son paralelos. Métodos de pago son simultáneos a los objetos técnicos para la realización

de estos pagos. Los métodos de pago resultan en la organización de la división territorial del trabajo financiero en las ciudades. En nuestro trabajo señalamos cuales son los principales actores y la forma como se distribuyen en la ciudad de Buenos Aires.

Buenos Aires, a partir del agregado de una colección de objetos geográficos, revela la internacionalización de la división del trabajo y, al mismo tiempo, también expone la manera en la cual, en ese momento, se suele incorporar a la división del trabajo externa a ella.

La economía urbana de Buenos Aires deja en evidencia el hecho de que el circuito superior al generar demandas abre espacio para que nuevos actores, que estamos llamando de comercios bancarios, puedan ejercer sus actividades. Los comercios bancarios son parte de una dinámica del circuito superior de la economía, por medio de los sistemas bancario y financiero, en la cual ningún mercado es despreciado. Sin embargo, la capacidad de llegar a los más diversos puntos de la ciudad no se concretiza sin la participación de actores de la porción marginal del circuito superior. En ese movimiento, dichas funciones y contenidos se convierten en expresiones del modo de producción dominante. Por lo tanto, las formas y los contenidos se mezclan por medio de sus funcionalidades.

En Buenos Aires hay un mosaico de situaciones en la cual las transformaciones territoriales son vinculadas a la necesidad de creación de una repartición del trabajo funcional a los grandes capitales. El pago de facturas a partir de los comercios bancarios pone en evidencia el papel del consumo y la vinculación entre el sistema financiero y las formas de ampliación del circuito superior y la cooperación de la porción marginal en la división de tareas urbanas.

REFERENCIAS

BAUDRILLARD, J. (2009). **O sistema de objetos**. Tradução: Zulmira Ribeiro Tavares. 5ª ed. São Paulo: Perspectiva.

BUSCH, S. (2018). **Modernización en el circuito productivo de alimentos y aceleración contemporánea en la región metropolitana de Buenos Aires**. Tesis doctoral. Directora: Dra. María Laura Silveira. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.

CIBILS, A. y ALLAMI, C. (2010). El sistema financiero argentino. Desde la reforma de 1977 hasta la actualidad. **Realidad Económica**. No. 249; pp. 107-133.

[En línea]: <http://www.iade.org.ar/uploads/c87bbfe5-c4fb-16f7.pdf>

DERYCKE, P-H. (1983). **Economía y Planificación Urbanas**. Traducción: Pablo Perez Jimenez. Madrid: Instituto de Estudios de Administración.

DIAS, L. C. D. y LENZI, M. H. (2009). "Reorganização espacial de redes bancárias no Brasil: processos adaptativos e inovadores". In: **Cadernos CRH**, v. 22, pp. 97-117, nº 55.

DIAS, L. C. D. (2017). "O correspondente bancário como estratégia de reorganização de redes bancárias e financeiras no Brasil". In: **Geosp** – Espaço e Tempo (Online), v. 21, n. 2, pp. 384-396, agosto.

GIDDENS, Anthony. (2003). **A constituição da sociedade**. Tradução: Álvaro Cabral. Martins Fontes: São Paulo.

GOLDFINGER, C. (2001). **Trabalho e extratrabalho. Em direção a uma sociedade fluida**. Tradução: Felipe Duarte. Instituto Piaget: Lisboa.

LABASSE, J. (1955). **Les Capitaux et la Région. Étude Géographique. Essai sur le Commerce et la Circulation des Capitaux dans la Région Lyonnaise**. Paris: Librairie Armand Colin.

LEFEVRE, H. (1969). **O direito à cidade**. São Paulo: Documentos.

MATTELART, A. (2000). **La publicidad**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

SANTOS, M. (1996). **A Natureza do Espaço**. Técnica e Tempo. Razão e Emoção. São Paulo: Editora Hucitec.

SANTOS, M. (1997). **Técnica, Espaço, Tempo. Globalização e Meio técnico-Científico-Informacional**. 3ª ed. Editora Hucitec: São Paulo.

SANTOS, M. (2004). **O espaço dividido**. Os dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos. Tradução: Myrna T. Rego Viana. 2. São Paulo: Ed. Editora da Universidade de São Paulo.

SILVEIRA, M. L. (2014). "El territorio usado: un caleidoscopio de divisiones del trabajo". In: **Revista Geográfica del Sur**; volumen V; no. 7. Concepción: Universidad de Concepción.

SILVEIRA, M. L. (2017). "Banalidade das finanças e cidadania incompleta: lugar e cotidiano na globalização". In: **Geosp** – Espaço e Tempo (Online), v. 21, n. 2, pp. 370-383, agosto.

NOTAS DE AUTOR

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Villy Creuz - Concepção. Coleta de dados. Análise de dados. Elaboração do manuscrito. Revisão e aprovação da versão final do trabalho.

FINANCIAMENTO

Beca doctoral latinoamericana CONICET/Argentina.

CONSENTIMENTO DE USO DE IMAGEM

Não se aplica

APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

Não se aplica

CONFLITO DE INTERESSES

Não se aplica

LICENÇA DE USO

Este artigo está licenciado sob a [Licença Creative Commons CC-BY](#). Com essa licença você pode compartilhar, adaptar, criar para qualquer fim, desde que atribua a autoria da obra.

HISTÓRICO

Recebido em: 02-08-2021

Aprovado em: 11-10-2023