

**ONDAS TECNOLÓGICAS: O CARTÃO DE CRÉDITO.****Julio Cesar Rodrigues da Silva<sup>1</sup>, Jorge Luiz Knupp Rodrigues<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Universidade de Taubaté/Aluno do Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional – Programa de Pós Graduação em Administração. Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional – PPGDR, Rua Visconde do Rio Branco, 210 Centro – 12020-040 – Taubaté/SP – Brasil, juliorodrigues@bb.com.br

<sup>2</sup> Universidade de Taubaté/Professor do Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional - Programa de Pós-Graduação em Administração. Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional – PPGDR, Rua Visconde do Rio Branco, 210 Centro - 12020-040 – Taubaté/SP – Brasil, jorgeknupp@gmail.com

**Resumo-** O ambiente empresarial, sobretudo o bancário, tem passado por profundas inovações tecnológicas. A tecnologia da informação, através do comércio eletrônico, vem trazendo muitas oportunidades de aplicações dessas inovações. Trataremos neste trabalho do surgimento do produto cartão de crédito, fazendo uma análise do mercado nos dias atuais e relacionando seu surgimento e desenvolvimento com as Ondas de Kondratieff e os ciclos de inovação discutidos por Freeman.

**Palavras-chave:** Cartão de Crédito. Inovação.

**Área do Conhecimento:** Ciências Sociais Aplicadas

**Introdução**

Nas sociedades tradicionais, as pessoas se distinguem pelo seu pertencimento a grupos de *status*. Nesta época, as leis interferiam nas classes sociais, impondo limites até mesmo aos casamentos entre pessoas de classes distintas. Nas sociedades pós-tradicionais, não há mais esse tipo de limitação. Dessa forma, os hábitos de consumo, por exemplo, sofrem interferência do poder aquisitivo de cada um, mas não de leis impostas à sociedade. Qualquer um pode comprar e ter os hábitos que quiser, desde que tenha dinheiro para fazê-lo. Para isso, o indivíduo não precisa mais fazer parte de uma determinada classe social. (SLATER, 2001 apud BARBOSA, 2004).

A invenção do dinheiro que não deve ser visto simplesmente como um mero instrumento de trocas comerciais, pois como afirma lasbeck (2002, p.131) existe “uma quase impossibilidade de desvincular a essência do dinheiro de sua aparência cultural, aquilo que em semiótica podemos denominar de valor simbólico”.

Ao considerar o dinheiro como um texto cultural, lasbeck (2002: 149), afirma que “Assim incrustado nas práticas sociais, o dinheiro criou uma situação na qual o homem passou a depender dele para adquirir aquilo de que necessita para sua sobrevivência biológica, social e cultural”. Os cartões de crédito, como substitutos da moeda, também adquiriram essa mesma função, de socorrer o homem, representando o poder de compra mesmo quando o usuário não dispõe de dinheiro.

De acordo dados do Banco Central do Brasil, desde a década de 20, o cartão de crédito começou a ser utilizado nos Estados Unidos. Postos de gasolina, hotéis e firmas começaram a oferecê-los para seus clientes mais fiéis. Eles podiam abastecer o carro ou hospedarem-se num hotel sem usar dinheiro ou cheque.

Segundo dados da Abecs – Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços, o surgimento do cartão de crédito moderno ocorreu em 1950, quando Frank MacNamara, e alguns executivos financeiros de Nova York, saíram para jantar, quando receberam a conta perceberam que não tinham como pagar, pois haviam esquecido dinheiro, depois de uma conversa, o dono do restaurante permitiu que MacNamara pagasse a conta em outro dia, mediante a sua assinatura na nota de despesas.

Depois deste episódio, o executivo concebeu a idéia do cartão de crédito. Em 1950, foi emitido o primeiro cartão denominado Diners Club Card, que passou a ser aceito como meio de pagamento em 27 (vinte e sete) restaurantes, sendo que 200 (duzentas) pessoas, a maioria amigos de MacNamara, obtiveram o cartão naquele ano.

Em 1952, o conceito de cartão ganhou novos adeptos, ocorrendo à emissão do primeiro cartão de validade internacional. Sua rede afiliada já abrangia um grande número de restaurantes, hotéis e diversos estabelecimentos varejistas. Por volta de 1960 o cartão foi aceito em mais de 50 países em todos os continentes.

Em 1966, o BankAmerican Service Corporation lançou com êxito o BankAmericard, sendo que mais tarde originou a bandeira Visa. Na mesma época a American Express criou um cartão semelhante ao Diners Club, com uso em hotéis e restaurantes.

No mesmo ano, nascia o Master Charge, originando a bandeira Mastercard, e o Bank of America começou a emitir cartões em outros estados em parceria com outros bancos.

No ano de 1975, o Diners Club introduziu o primeiro "Corporate Card", nascia o cartão de crédito empresarial. Em meados de 1981, o Citicorp adquiriu o Diners Club da Continental Insurance Corporation.

Ainda segundo a Abecs, no Brasil, o cartão de crédito começou sua história a partir de:

1954 - o empresário tcheco Hanus Tauber (precursor dos cartões no Brasil), comprou nos Estados Unidos a franquia do Diners Club, propondo sociedade no cartão com o empresário Horácio Klabin.

1956 - lançado no Brasil o cartão Diners Club, sendo a princípio um cartão de compra e não um cartão de crédito.

1968 - lançado o primeiro cartão de crédito de banco.

1971 - formação de um pool com 23 bancos que associados ao cartão internacional BankAmericard lançaram o cartão Elo.

1977 - a sede da ABECES foi transferida para São Paulo.

1983 - lançado o Cartão de Débito.

1984 - a Credicard compra o Diners Club no Brasil.

1989 - lançado o primeiro Cartão Instantâneo de Pagamento de Benefício do INSS.

1990 - ocorre a abertura para o cartão internacional.

1993 - lançamento do Cartão Afinidade.

1994 - Plano Real acentua crescimento do produto.

Este trabalho visa analisar a inovação tecnológica Cartão de Crédito segundo as Ondas de Kondratieff e os ciclos de inovação discutidos por Freeman.

## Metodologia

Para que um conhecimento possa ser considerado científico é necessário definir precisamente o método que levou a ele. Segundo Gil (1999), o método científico é constituído pelos procedimentos, tanto intelectuais quanto técnicos, adotados pelo cientista para produzir o conhecimento.

Para a elaboração desse artigo foi realizado um levantamento bibliográfico que segundo Gil (1999), é desenvolvido com base em material já

elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Além disso, a pesquisa bibliográfica apresenta a vantagem ao pesquisador de obter a cobertura de uma gama de fenômenos mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente.

## Resultados

Cada vez mais, o setor de cartões de crédito aposta em inovações tecnológicas. Segundo matéria divulgada na revista Isto é Dinheiro de 04.05.2010, o mercado de cartões de crédito nunca esteve em tão grande expansão. Recentemente aconteceu a movimentação do Bradesco e do Banco do Brasil, que se uniram para criar uma bandeira brasileira de cartão. Esse mercado aposta em grandes novidades para atrair seus usuários.

Ainda segundo a matéria da revista Isto É Dinheiro de 04.05.2010, as projeções de mercado indicam um crescimento do setor de até 25% somente este ano. Atualmente, existem no Brasil mais de 600 milhões de cartões de débito e crédito, o que resulta em mais de três cartões por habitante. Dez anos atrás, eram 118 milhões. No período, o número de transações cresceu sete vezes, para 7,1 bilhões, e o volume ficou oito vezes maior, em R\$ 535 bilhões – 20% do PIB.

Pelas previsões da consultoria em varejo financeiro Boanerges & Cia., divulgada em abril de 2.010, o domínio dos cartões continuará ascendente. Em 2020, o meio de pagamento eletrônico vai rivalizar com o dinheiro em espécie (43% a 48%), enquanto o talão de cheque será um item raro na carteira dos consumidores.

Inovações no setor como cartões ecologicamente corretos, feitos de garrafas plásticas ou biodegradáveis, relógios com chips que funcionam como meio de pagamento e cartões com múltiplas funções, além de crédito e débito continuam a encantar os clientes do mundo todo, segundo matéria da revista Isto é Dinheiro, divulgada em 04.05.2010.

Considerando as Ondas de Kondratieff, reconstruídos por Perez (2002), podemos considerar o Big Bang, ou seja, o início do crescimento dos cartões de crédito a partir de 1950. Abrindo um parênteses, o economista marxista russo Nicolai Kondratieff, foi o fundador da Teoria do Investimento de Capital. Segundo Kondratieff (1944), os longos ciclos que ocorrem no sistema capitalista resultam de sólidos investimentos ou de sua depreciação em infraestrutura, como: ferrovias, portos, canais, indústrias, saneamento básico, eletrificação, construção civil, etc. Nestes ciclos a fase de expansão é caracterizada por superinvestimentos em bens de capital e, na fase de depressão, por

um processo de depreciação. Os ciclos representavam épocas do desenvolvimento do capitalismo. Em 1926, Kondratieff foi o primeiro a antever a idéia dos longos ciclos de 55 anos de duração. Sua intenção não era constituir ou colocar os fundamentos de uma Teoria apropriada dos longos ciclos, mas sim provar a sua existência a partir de evidências empíricas presentes e expressas na história da economia mundial. Com esse propósito, ele catalogou informações e dados de países como França, Inglaterra, Estados Unidos e Alemanha, para demonstrar empiricamente que os mecanismos e leis que condicionam as longas ondas, são provenientes de: Modificações Técnicas; Guerras e Revoluções; Assimilação de Novos Países dentro da Economia Mundial e Flutuações na Produção de Ouro (KONDRATIEFF,1944).

Fazendo uma análise levando em consideração estas ondas de Kondratieff, a teoria econômica que estuda ciclos de desenvolvimento, crescimento e declínio na economia, afirma que a utilização dos cartões de crédito, como serviço, vem aumentando sistematicamente ao longo da história. Se considerarmos que o início de sua utilização se deu por volta de 1.950, estamos atualmente passando pela Era do Ouro e, em breve estaríamos chegando na maturidade da inovação.

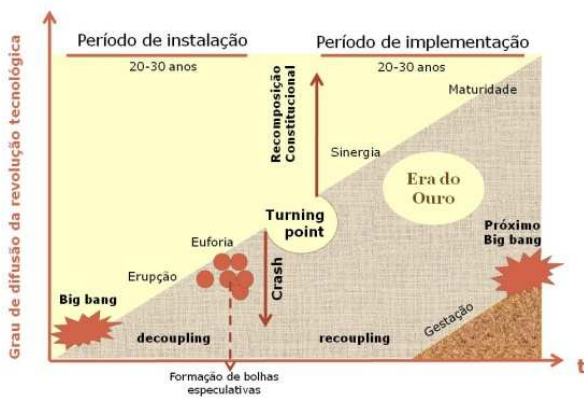
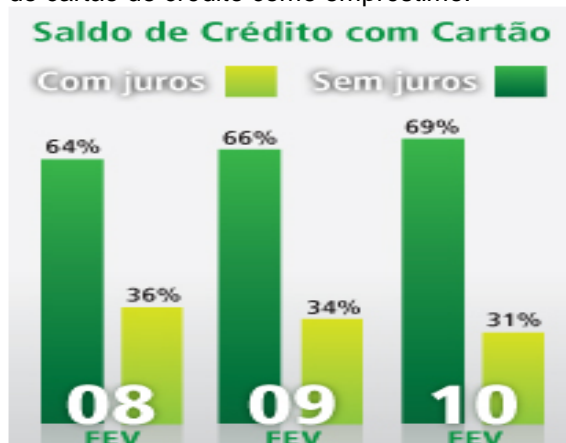


Figura 1 - Sequência de fases em uma revolução tecnológica (PEREZ, 2002, apud TEBECHRANI NETO, s/d)

Quando analisado o produto cartão de crédito apenas como serviço (cartão pré-pago, de débito ou para pagamento em dia, sem juros), o número de portadores só tendem a crescer, e, em breve, teremos chegado teoricamente a maturidade do produto cartão de crédito, o que pode acontecer, seja pela mudança dos hábitos de consumo, seja por outro tipo de inovação substituta, porém, a inovação cartão de crédito não é só serviço, é também fonte de empréstimo pessoal, segundo dados da ANUCC – Associação Nacional dos Usuários de Cartões de Crédito.

Abaixo dados da Abecs referentes a utilização do cartão de crédito como empréstimo:



Fonte: Site da Abecs

Segundo dados da ANUCC - Associação Nacional dos Usuários de cartões de Crédito, As dívidas acumuladas em cartões somaram R\$ 26,5 bilhões em 2009 e quase 30% dos financiamentos enfrentam atrasos no pagamento superiores a 90 dias.

Se considerarmos que o Big Bang, ou seja, o início da utilização do crédito utilizado fortemente como empréstimo pode ter iniciado alguns anos após sua introdução no mercado, podemos presumir que o final do primeiro ciclo do produto está prestes a ocorrer. Muitas são as matérias e previsões de economistas apontando que as dívidas acumuladas dos cartões de crédito são uma bolha prestes a explodir.

Podemos também relacionar o ciclo da inovação do produto cartão de crédito e os ciclos de inovação de discutidos por Freeman (1997)

Ondas	C & T e Educação	Transporte e comunicação	Energia Industrial
I	1ª Fase da Revolução Industrial (1780 - 1830)	Canais, estradas de carroça	Moinho de água
II	2ª Fase da Revolução Industrial (1830 - 1880)	Estradas de ferro e telégrafo	Vapor
III	3ª Fase da Revolução Industrial (1880 - 1930)	Ferrovias feitas de aço, Telefone	Elettricidade
IV	Era da Produção em Massa Fordismo (1930 - 1980)	Rodovias e rádio	Petróleo
V	Era da Microeletrônica (1980 em diante)	Redes de Dados, Redes Globais de P&D, Treinamento Contínuo	Petróleo e gás
VI	Tecnologias Ambientais e de Saúde	Biotechnology, Genética e Nanotecnologia	Telemática e Tele trabalho

Figura 2: Freeman (1997)

Durante o quarto ciclo, da produção em massa e do petróleo, é que o produto cartão de crédito tomou forma.

Inicialmente de papel, pode se expandir mais facilmente com as novas tecnologias que surgiram a partir de 1980, com a implantação da era da microeletrônica, redes de dados e mais tarde inclusive com a tecnologia dos chips de segurança, segundo Castells (1999)

Hoje, seguindo a onda da tecnologia ambiental, já podemos ver cartões de crédito biodegradáveis, cada vez menores e ecologicamente corretos, como verificamos em matéria da revista Isto é Dinheiro, de 04.05.2010.

### Conclusão

Sem dúvida, os cartões de crédito trouxeram um grande avanço para os meios de pagamentos e de seus usuários. Segurança, rapidez, tranquilidade ou simplesmente status econômico.

O cartão de crédito representa uma grande revolução no comércio, pela enorme expansão do crédito que possibilita. Incentiva a circulação da moeda e impulsiona o comércio e o desenvolvimento econômico.

O cartão de crédito, contrário ao cheque, não exige provisão de fundos. O financiamento é facilitado, e dispensa a necessidade de prévia habilitação do cliente junto a uma instituição financeira antes de cada compra.

Além de todas estas vantagens, possibilita saques de emergência e tem ampla aceitação no comércio, inclusive em compras no exterior.

Consumir antes, pagar depois, é essa a filosofia dos cartões de crédito. Como quase toda inovação tecnológica, pode ser utilizado de forma a beneficiar seus usuários ou, se utilizado indevidamente, pode causar sérios danos a sua saúde financeira.

### Referências

- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS USUÁRIOS DE CARTÕES DE CRÉDITO – disponível em: <http://www.anucc.com.br/>, Acesso:04.06.2010

- BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

- CASTELLS, M. A era da informação – economia, sociedade e cultura. Vol I, A Sociedade em Rede. São Paulo: PAZ e Terra, 1999.

- IASBECK, L. C. **A arte dos slogans**: as técnicas de construção das frases de efeito do texto publicitário. São Paulo: Annablume, 2002.

- REVISTA ISTO É DINHEIRO – disponível em: [http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/21976\\_SE TOR+DE+CARTOES+DE+CREDITO+AP OSTA+EM+INOVACAO](http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/21976_SE TOR+DE+CARTOES+DE+CREDITO+AP OSTA+EM+INOVACAO), Acesso: 04.06.2010

- TEBECHRANI NETO, Gabriel Dib. Ascensão e Hegemonia da Convenção do Desenvolvimento no Pós-Guerra: evidências na literatura de ciclos e

ondas longas. Congresso da Sociedade Brasileira de Economia Política. 2009. Anais. Disponível em: [http://www.sep.org.br/artigo/1634\\_c901132d255c5c48e6a1cf271b0b0655.pdf](http://www.sep.org.br/artigo/1634_c901132d255c5c48e6a1cf271b0b0655.pdf). Acesso: 2/06/2010.

- FREEMAN, C., SOETE, Luc. A Economia da Inovação Industrial [1997]. Campinas: Unicamp, 2008

- ABECS – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE CARTÕES DE CRÉDITO E SERVIÇOS, disponível em [http://www.abecs.org.br/quemsomos\\_historia.a sp](http://www.abecs.org.br/quemsomos_historia.a sp). Acesso : 04.06.2010