

RESUMO

O presente trabalho visa a analisar o novo mercado de trabalho frente à inovação e desenvolvimento tecnológico abordando a mudança dos tipos de profissionais abordando a nova forma do mercado de trabalho e sua exigência pela criatividade profissional.

Para tanto se faz importante a abordagem dos novos modelos de profissionais bem como as necessidades empresariais frente a sua mão de obra.

Palavras-chave: Novo mercado de Trabalho. Inovação. A nova mão de obra.

ABSTRACT

This work via analyzing the new labor market front of innovation and technological development addressing the changing types of professionals addressing the new way of working and marked his demand for professional creativity.

Therefore becomes important to approach the new models of professional and business needs facing their workforce.

Keywords New labour market. Innovation. The new workforce.

* Doutorando em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC São Paulo. Mestre em Direito da Sociedade da Informação pelas Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU São Paulo. Pós-graduado em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas – FGV Rio de Janeiro. Pós-graduado em Direito Civil e Direito Processual Civil pela Escola Superior de Advocacia – São Paulo. Professor de Direito das FMU São Paulo. Coordenador da Escola Superior de Advocacia. Advogado.

** Fernanda Carolina Silva de Oliveira é Pós-graduanda em Direito Empresarial pelas Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU São Paulo. Advogada.

Introdução

Antes dos anos 80, o trabalhador tido como referência social possuía figura de pai de família, que saía logo cedo de casa, deixando sua mulher e filhos para ir à empresa. Essa figura de trabalhador – pai de família – tinha como objetivo sustentar seus filhos, manter sua evolução profissional com a segurança de estar em empregado, ser promovido e aposentar-se na mesma empresa na qual fora contratado há décadas.

Essas relações de trabalho eram caracterizadas entre “patrões” e “empregados”, com grande grau de hierarquia e subordinação. O estabelecimento empresarial – indústria – era fisicamente seu local de trabalho e não havia como misturar trabalho com seu descanso e seu convívio familiar.

Buscava-se para esse mercado, homens, com baixa escolaridade, que tinham sua formação em fábricas, metalúrgicas, indústrias, que estavam diretamente ligadas à linha de produção.

Atualmente nos deparamos com um mercado inovador, tanto no âmbito empresarial quanto no seu perfil de profissionais, mercado este atualmente tomado por homens e mulheres que disputam e trabalham de igual para igual com as mesmas responsabilidades, tanto em relação aos grandes cargos quanto a serem chefes de família.

Este novo mercado traz evoluções tecnológicas que obrigam aqueles que ainda querem ter seu espaço a acompanharem tal evolução tecnológica, esquecendo a rotina que antes era de oito horas diárias e quanta e quatro semanais, visto que a evolução tecnológica trouxe meios de manter este novo modelo de empregado vinculado ao seu trabalho vinte e quatro horas por dia.

As novas tecnologias impõem novos desafios aos trabalhadores. Eles devem ter um perfil inovador, destemido e cheio de novas ideias.

Os trabalhadores devem estar disponíveis diuturnamente para a empresa, resolvendo questões, respondendo emails e apresentando novas formas de produtos e serviços para competir nos mercados.

As metas são impostas como forma de obtenção de resposta à capacitação técnica – profissional – de cada empregado e o fracasso do trabalhador acaba repercutindo negativamente no seu meio social.

O novo mercado de trabalho e suas novas tecnologias de comunicação acabam destilando muitas informações que devem ser filtradas pelos trabalhadores e isso acaba inibindo sua capacidade de criação e de inovação, distanciando-o da essência fundamental do ser humano, violando sua privacidade e sua intimidade, pois o torna escravo de novas ferramentas criadas para disponibilizar seu tempo em benefício das próprias empresas.

O presente artigo visa discutir os desafios do trabalhador que está imerso às novas ferramentas de trabalho, as consequências da perda da identidade física do estabelecimento fabril e a competitividade global.

1. Os sistemas de produção na Sociedade da Informação

A busca constante pela informação possibilitou a criação de novas empresas com objetos de exploração em nichos de comunicação e de penetração em massa em diversos lugares, representando uma verdadeira mola propulsora da economia em outros segmentos de mercado.

Os trabalhadores tiveram que acompanhar as mudanças gerenciais produtivas para conseguir a admissão nas empresas. Os processos de administração alteravam de acordo com a descoberta de novas tecnologias.

A ideia da divisão do trabalho com o intuito de aprimoramento e maior rapidez para obtenção de resultado já havia sido observada por estudiosos, como Adam Smith, no século XVI.¹

¹ Adam Smith afirmava que “o maior aprimoramento das forças produtivas de trabalho, e a maior parte da habilidade, destreza e bom-senso com os quais o trabalho é em toda parte dirigido ou executado, parecem ter sido resultados da divisão do trabalho.” SMITH, Adam SMITH, Adam. **A riqueza das nações**. Tradução de Luiz João Baraúna, vol. I, 3.ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988, p. 41

A divisão do trabalho no âmbito empresarial, na verdade, advém de uma necessidade de se organizar as atividades de produção para se chegar a um fim específico: o produto ou o serviço a ser colocado em circulação ou oferecido no mercado.

Existiram, dentro da administração das organizações, modelos de desenvolvimento de trabalho ou regimes de produção que buscaram a eficiência produtiva, justamente para evitar desperdícios, prejuízos e, ainda, otimizar tempo e trabalho dos empregados que estavam à disposição do patrão para cumprimento das tarefas.

Dentre os modelos mais conhecidos de produção, pode-se citar o taylorismo, o fordismo, o fayolismo, o toyotismo e o *Just in time*.

O modelo adotado pelo taylorismo² estava fundado na separação do trabalhador intelectual do braçal, controle dos processos produtivos (tempos e movimentos), por meio do qual a organização buscava captar a boa-vontade do trabalhador para aumentar sua produção com incentivo ao aumento de salário.³

Vale notar que o estudo de Taylor resultou na concepção de que caberia a um “gerente científico”, descobrir a melhor maneira para aumentar ou melhorar a produção para atingir o máximo de eficiência.

O fordismo⁴ surgiu com inovações introduzidas por Henry Ford (daí o nome de

gestão pregado por seu criador) e tinha como pressuposto o processo de “linha de montagem” e a mecanização (tecnologia) da produção de automóveis.

O fordismo desenvolveu-se com o surgimento das sociedades de consumo de massa emergidas logo após a Segunda Guerra Mundial. Nesse regime de gestão de produção incidu novas formas de controle do ritmo do trabalho, redução da jornada diária em decorrência de aquisição de novas tecnologias, aumento de salários e busca de uma qualidade total na produção dos bens de consumo.

A teoria da eficiência do fordismo surgiu com princípios ligados à otimização do tempo do empregado que fica à disposição na empresa. Deve-se obter um rendimento cada vez maior dos recursos da empresa, de forma intensa, de tal forma que a produtividade eficiente deverá revelar a otimização da capacidade produtiva de cada elemento da fábrica, aumentando, sobretudo, o ritmo de trabalho do capital vivo da empresa (mais-valia relativa). A eficiência fordista, ainda, pressupunha uma eficiência pautada no princípio da economicidade. Esse princípio tem por fim reduzir ao mínimo possível o volume de matéria em curso, de maneira que uma quantidade de produto já esteja ofertada e vendida antes do pagamento dos salários e das matérias-primas utilizadas.⁵

O fayolismo⁶, assim como o taylorismo, é típico produto de uma ideologia nascida do

² Modelo criado por FREDERICK TAYLOR, que idealizador de uma forma de gestão de trabalho, lançou em 1911 o livro *The principles of scientific management* (Os princípios da administração científica). Para criar esse sistema de gestão produtiva, Taylor foi trabalhar como operário para aprender a entender a objetividade do processo de produção e conhecer a subjetividade do trabalhador. (HELOANI, Roberto. **Gestão e organização no capitalismo globalizado: história da manipulação psicológica no mundo do trabalho**. São Paulo: Atlas, 2007, p.27).

³ HELOANI, Roberto. **Gestão e organização no capitalismo globalizado: história da manipulação psicológica no mundo do trabalho**. São Paulo: Atlas, 2007, pp. 40-41.

⁴ Mais que uma disciplina, Ford impunha um padrão de conduta aos trabalhadores que servissem de exemplo para a própria sociedade americana. Ele exigia que seus trabalhadores se casassem oficialmente, (não admitia concubinato), inadmitia indícios de alcoolismo ou desarmonia conjugal. Ford entendia que para se produzir carros confiáveis em larga escala, haveria

necessidade de os empregados demonstrarem socialmente serem expressivamente responsáveis, dentro e fora da indústria. (HELOANI, Roberto. **Gestão e organização no capitalismo globalizado: história da manipulação psicológica no mundo do trabalho**. São Paulo: Atlas, 2007, pp. 51-53).

⁵ HELOANI, Roberto. **Gestão e organização no capitalismo globalizado: história da manipulação psicológica no mundo do trabalho**. São Paulo: Atlas, 2007, p. 55.

⁶ Henri Fayol, nascido em 1841, foi aos dezessete anos de idade para a França e conclui curso de engenharia de minas. Embora engenheiro, Fayol era administrador de cúpula e, preocupado em estabelecer princípio da boa administração, publicou, em 1916, o livro *Administração industrial e geral*, onde indicou seis funções interdependentes, que comporiam o corpo empresarial: 1.) operações técnicas: produção, fabricação e transformação; 2.) operações comerciais: compras, vendas, permutas; 3.) operações financeiras: gerenciamento de capitais; 4.) operações de segurança: proteção de bens e de pessoas; 5.) operações

grande desenvolvimento industrial do século XIX e tinha como base princípios de administração da empresa focado na previsão ou planejamento, organização, comando, coordenação e fiscalização.

Por meio de seus ensinamentos, Fayol⁷ mostrou a importância da educação dos colaboradores e defendeu o ensino da administração. Professou o conceito de valor das pessoas nas organizações com bases nas capacidades individuais (intelecto) e nos conhecimentos especiais típicos das funções exercidas e na cultura geral.

O sistema *Just in time* (que significa “em momento certo”, “a justo tempo”) é uma técnica (ou filosofia) que provocou mudanças significativas na organização do trabalho. Esse sistema consiste em produzir o que o mercado demandar, no momento e na quantidade que o mercado solicitar.⁸

Esse modelo reduz os estoques dos produtos como forma de pregar a eficiência na alocação de recursos. Pressupõe menores custos, agilidade e economicidade na produção de bens.

É cada vez maior o número de empresas que opta pelo trabalho com a máxima redução de estoques e procura, então, organizar-se em função dos pedidos segundo a lógica da produção dita pelo mercado.

Para os empresários, o sistema *Just in time* tem uma dupla virtude: “permite adaptar a produção e a empresa aos novos imperativos do mercado (uma demanda que é cada vez mais específica e preocupada com a qualidade)” e, por outro lado, impõe uma nova filosofia empresarial, qual seja, a de se

de contabilidade: inventários, balanços, preços de custo, estatística; 6.) operações administrativas: previsão, organização, direção, coordenação e controle. (FAYOL, Henri. **Administração industrial e geral**. São Paulo: Atlas, 1994, p.23)

⁷ FAYOL, Henri. **Administração industrial e geral**. São Paulo: Atlas, 1994, pp. 27-37.

⁸ O pai desse sistema foi o engenheiro Taiichi Ohno, responsável pela introdução do método na fábrica da Toyota, na década de 1970, em plena crise do modelo fordista de produção. Com sua aplicação, a indústria japonesa conseguiu, já nesse período, que seus estoques correspondessem a vendas de apenas quatro dias. (HELOANI, Roberto. **Gestão e organização no capitalismo globalizado: história da manipulação psicológica no mundo do trabalho**. São Paulo: Atlas, 2007, p. 132.)

organizar com objetividade, com modos de “organização considerados mais produtivos, mais rentáveis e que introduzem a exigência de qualidade no centro do processo de produção.”⁹

Os efeitos dessas mudanças de sistema de produção afetam diretamente a ordem econômica de determinada região ou país e, conseqüentemente, interfere na ordem jurídica e nos direitos dos trabalhadores que, a cada movimento desigual de alteração de regime, veem-se obrigados a cumprir diferentes escalas e horários de trabalho em jornadas diversas daquelas previamente ajustadas nos contratos de trabalho.

À luz das pesquisas de campo realizadas por sociólogos e que afetam diretamente a economia das nações e os direitos dos trabalhadores, a difusão das práticas de trabalho em regime de urgência (*Just in time*) inserem-se nas transformações que remetem à noção de modernização e que mistificam toda uma onda de obrigações e de novas rotinas.¹⁰

Nessa nova rotina implementada pelo sistema *Just in time*, o que se busca, novamente, é a eficiência na alocação dos recursos disponíveis.

A análise que se pode fazer, de ante mão, é que o *Just in time* exige do empregado esforços além das condições previstas em contratos de trabalho, pois acaba participando de um “jogo de competitividade econômico” imposto pelo mercado da oferta e da procura, cujo vencedor será a empresa que se dispuser em fazer bens e serviços em regime de urgência.

Por eficiência, nesse caso, é “fazer bem, logo na primeira vez”, com o dever de controlar constantemente a qualidade do que se produz ou se realiza e a necessidade de se adaptar a mudanças de posto.¹¹

O que se vislumbra com a inserção desse modelo japonês de gestão administrativa de produção é que a empresa moderna – numa competitividade acirrada e globalizada – precisa de colaboradores livres, independentes, não condicionados por valores e por uma

⁹ DANIELE, Linhart. **A desmedida do capital**. Tradução: Wanda Caldeira Brant. São Paulo: Boitempo, 2007, p. 132.

¹⁰ Idem, p. 131.

¹¹ DANIELE, Linhart. Op. cit. p. 133.

cultura regional ou de grupo. As empresas hodiernas necessitam, mesmo que implicitamente previsto no contrato de trabalho, de pessoas capazes de refletir e se expressar pela própria organização, buscando a maximização do lucro, como se fora propriamente sócia ou proprietária da sociedade.

Diante dessas mudanças, chega-se a uma percepção óbvia, oriunda do próprio sistema capitalista implantado durante essas últimas décadas: o modo pelo qual o capital humano é gerenciado nas organizações depende, por assim dizer, não somente de um modelo de gestão predominante em determinado período, mas também da conscientização do empresário ou do gestor no que se refere à importância de se tratar o ser humano com respeito, transparência e dignidade.

2. O mercado de trabalho no século XXI

O mercado de trabalho, até meados dos anos 50, era visto e tomado pela mão de obra masculina, geralmente em fábricas e metalúrgicas com a visão e a busca de um emprego com carteira assinada, burocráticas cargas horárias que eram seguidas a risca.

O objetivo do empregado era manter-se registrado por décadas na mesma empresa, onde sua promoção acontecia pelo tempo de prestação de serviços, tendo, por fim, como objetivo natural dessa cultura, o de se aposentar na empresa.

Ocorre que o tempo foi dando espaço para as novas tecnologias inserindo então formas diferentes de visão deste mercado, ou seja, aquela rotina engessada foi ficando pra trás, vieram às novas formas de comunicação através de toda revolução tecnológica que trouxe os computadores, celulares de última geração e a internet, que fez com que as pessoas pudessem se comunicar e receber informação em qualquer lugar do mundo.

Temos então na década de 80 toda essa revolução que trouxe consigo uma geração de profissionais que já nasce ligada a toda essa frente de tecnologia e juventude, ou seja, o mercado agora não se prende aquele funcionário que tem o tempo de casa e a confiança da empresa, mas sim naquele que

traz a novidade, o interesse pelo novo, as ideias criativas e visionárias para então fazer com que sua empresa não seja mais uma linha de produção, mas sim aquela que apresenta novas tecnologias para se manter viva no mercado.

Este novo tipo de mercado tirou o lugar do pai de família que cumpria sua rotina de forma rigorosa, não só em seu trabalho, mas também frente aos seus familiares, que acompanhavam sua rotina desde a sua saída para o trabalho até a sua chegada para que então pudesse haver o momento familiar.

Hoje é comum se deparar com homens e mulheres que ocupam grandes cargos e se dividem como chefes de família, ou seja, aquele conceito do chefe masculino caiu por terra, dando lugar e espaço tanto ao sexo feminino quanto ao masculino, buscando tão somente aqueles que forem mais criativos e pessoas que conseguem conciliar sua rotina profissional com a pessoal, posto que a disponibilidade pessoal para a empresa chega a ser diuturna.

É muito comum encontrar pessoas que em seu momento de lazer estão conectadas ao seu trabalho, visto que hoje um simples aparelho de celular te dá todos os recursos que antes você só teria contato dentro do escritório, fazendo com que as pessoas fiquem ligadas vinte e quatro horas em seu trabalho.

3. A inovação de produtos e de serviços e seus reflexos nas rotinas

3.1. Conceito de inovação segundo Schumpeter

Joseph A. Schumpeter foi o criador da teoria da inovação, por meio da qual as empresas somente sobrevivem, dando impulso a economia, através da criação de novos produtos, serviços e bens de consumo.¹²

¹² Joseph nasceu no território do extinto Império Austro-Húngaro (atual República Checa), em 1883, no mesmo ano da morte de Karl Marx e do nascimento de John Maynard Keynes. Começou a lecionar antropologia em 1909 na Universidade de Czernovitz (hoje na Ucrânia) e, três anos mais tarde 1911, na Universidade de Graz, onde permaneceu até a Primeira Guerra Mundial. Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Joseph_Schumpeter. Acesso em 13/dez/2010.

Sua teoria do ciclo econômico é fundamental para a ciência econômica contemporânea. A razão, segundo o autor, para que a economia saia de um estado de equilíbrio e entre em um boom (processo de expansão) é o surgimento de alguma inovação, do ponto de vista econômico, que altere consideravelmente as condições prévias de equilíbrio.¹³

Exemplos de inovações que alteram o estado de equilíbrio são: a introdução de um novo bem no mercado, a descoberta de um novo método de produção ou de comercialização de mercadorias; a conquista de novas fontes de matérias-primas, ou, por fim, a alteração da estrutura de mercado vigente, como a quebra de um monopólio.

A introdução de uma inovação no sistema econômico é chamada por Schumpeter de “ato empreendedor”, realizada pelo “empresário empreendedor”, visando a obtenção de um lucro. O lucro é o motor de toda a atividade empreendedora, segundo o autor, o qual trata o lucro não como a simples remuneração do capital investido, mas como o “lucro extraordinário”, isto é, o lucro acima da média exigida pelo mercado para que haja novos investimentos e transferências de capitais entre diferentes setores.

Para que uma inovação seja realizada, é necessário que três condições sejam cumpridas: que em um determinado período existam novas e mais vantajosas possibilidades do ponto de vista econômico privado, numa indústria ou num setor de indústrias; acesso limitado a tais possibilidades, seja devido a qualificações pessoais necessárias, seja por causa de circunstâncias exteriores; e, finalmente, uma situação econômica que permita um cálculo de custos e planejamento razoavelmente confiável, isto é, em uma situação de equilíbrio econômico.

3.2. Inovação empresarial e rotinas

O mercado de trabalho é influenciado diretamente pela rotina das empresas. Schumpeter entende que para evoluir no tempo existe a necessidade de passar por processos ininterruptos de inovação. A empresa tem que

inovar em seus produtos, processos e suas fontes para que possam permanecer no mercado produtivo de forma competitiva.

Entende-se que é necessário que haja inovação devendo a empresa focar na busca permanente de formas diferentes de se enquadrar no mercado, buscando sempre se manter atualizada, acompanhando as inovações que o mercado apresenta.

Essas inovações ocorrem por meio de estratégias na busca permanente de mudanças onde as combinações econômicas e tecnológicas estão ligadas as necessidades e meios existentes.

Schumpeter entende que “a realidade econômica não executa necessariamente os métodos até que cheguem à sua conclusão lógica com inteireza tecnológica, mas subordina sua execução a pontos de vista econômicos.” Para o renomado economista, “o ideal tecnológico, que não leva em conta as condições econômicas, é modificado. A lógica econômica prevalece sobre a tecnologia”¹⁴.

Ou seja, o desenvolvimento econômico esta ligado a “mudança tecnológica descontínua”¹⁵, caracterizada pelo desenvolvimento voltado ao crescimento.

Essa busca de oportunidades e inovações tem como objetivo gerar lucro aos investidores para diminuir e enfraquecer a concorrência, pois ao inserir novos bens e serviços no mercado, aumenta a chances de disputa enfraquecendo assim o poder de seus concorrentes.

Na teoria Schumpeteriana a inovação visa apenas o lucro extraordinário com as vantagens competitivas, fazendo alusão aos processos que buscam a criação e inovação de produtos com foco competitividade do mercado.

Neste conceito se enquadra a livre iniciativa que proporciona as empresas em seus segmentos a utilizar as inovações econômicas e tecnológicas para conquistar

¹³ Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Joseph_Schumpeter. Acesso em 13/dez/2010.

¹⁴ SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma investigação sobre lucros, capital crédito, juro e o ciclo econômico**. 3 ed. Tradução de Maria Silvia Possas. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1987, pp. 16.

¹⁵ MARTINS, Marcos Madeira de Matos. **A empresa e o valor do trabalho humano**. São Paulo: Almedina, 2012.

novos consumidores, oferecendo as estes melhores bens e serviços.

Esta livre iniciativa represente “um processo (ativo) de criação de espaços e oportunidades econômicas” e não apenas “um processo (passivo) de ajustamento em direção a um suposto equilíbrio”¹⁶

A empresa analisa a concorrência para tomada de decisões, visando seus ganhos, tendo essa rivalidade como estratégia de inovação, formada por um conjunto de elementos da empresa para o seu crescimento.

As inovações do mercado provocam alterações industriais, produtivas, tecnológicas que servem como uma forma de desenvolver novos processos, produtos e mercados.

Assim, o equilíbrio é substituído pela noção mais geral de “trajetória” e o de racionalidade maximizadora ou substantiva, substituindo pelo da racionalidade limitada ou processual.

Já para os neoschumpeterianos a empresa é o conjunto de processos de rotina por meio do qual, para inserir-se no mercado competitivo, utiliza-se dos problemas detectados nas rotinas, pondo em ação rotinas de solução de problemas e demandas de alterações nas próprias rotinas como forma de justificar a introdução de inovações procedimentos, servindo-se ou não de inovações tecnológicas.

Essa teoria contrasta o enfoque estático tradicional e vê na concorrência um processo evolutivo e dinâmico, o qual é gerado por fatores criados dentro do sistema econômico, destacando as inovações que surgem nas empresas quando da busca de novas oportunidades lucrativas em sua interação competitiva.

Na abordagem neoschumpeteriana, a concorrência não gera somente comportamentos adaptativos, mas também atitudes ou iniciativas inovadoras.

Se uma empresa percebe a existência de rivais em seu mercado, ela provocará ajustamentos e restrições aos seus agentes, provocará também, atitudes na forma de iniciativas que gerem vantagens em relação aos concorrentes e que possam, nem que seja

temporariamente reduzir as restrições ocasionadas pela existência da concorrência.

Assim, as empresas com maior poder de mercado obterão melhores preços. É nesse momento que se dá a repartição da quase renda de inovação entre o produtor e outros agentes econômicos, sejam elas empresas compradoras ou fornecedoras.

No tocante às inovações, as empresas analisam qual o lucro esperado com relação a um produto já existente no mercado. Escolhem contratar trabalhadores, de um lado, ou contratar cientistas e engenheiros de outro, para elaboração de novos processos e produtos.

Além disso, dentro da abordagem neoschumpeteriana a dinâmica da inovação não depende apenas dos recursos destinados e esse fim, mas, sobretudo do aprendizado que é cumulativo e sistêmico. É cumulativo no sentido de que o conhecimento é reproduzido e aperfeiçoado com a experiência produtiva e sistêmico, no sentido de que a interação ou a universalização do conhecimento é algo imprescindível à evolução técnica.

Ademais, nessa teoria as empresas se comportam com rotinas consolidadas através de sua experiência, que possuem o papel de coordenar a atividade interna dos membros da empresa.

O mercado, em suas constantes mutações, impõe uma constante adaptação às condições estruturais da economia. Novas formas de produção, novos conceitos organizacionais, entre outros, são conceitos que se renovam a cada paradigma, obrigando os agentes econômicos a uma rápida adaptação ao cenário vigente.

Os neoschumpeterianos afirmam que no mercado o conhecimento é cumulativo e passível de ser absorvido pela concorrência. De igual modo, afirmam também que a concorrência é um processo evolutivo e dinâmico gerado a partir de fatores endógenos ao sistema econômico.

Dentro da abordagem neoschumpeteriana a dinâmica da inovação não depende apenas dos recursos destinados e esse fim, mas, sobretudo do aprendizado que é cumulativo e sistêmico. É cumulativo no sentido de que o conhecimento é reproduzido e aperfeiçoado com a experiência produtiva e é

¹⁶ POSSAS, Mario L. **Concorrência Schumpeteriana**. in MARTINS, Marcos Madeira de Mattos. **A empresa e o valor do trabalho humano**. *op. cit.*, 2012

sistêmico no sentido de que a interação ou a universalização do conhecimento é algo imprescindível à evolução técnica.

Em geral, a evolução de uma dada tecnologia é contínua e progressiva dentro de uma unidade produtiva. Entretanto, num certo momento, esta tecnologia pode ser objeto de mudanças radicais provocando uma ruptura no processo de sua evolução. A partir deste ponto de descontinuidade, emerge um novo conjunto de oportunidades ou alternativas das quais algumas podem tornar-se caminhos para novos processos tecnológicos.

4. Os desafios da mão de obra frente ao novo mercado de trabalho

O modelo do trabalhador de fábrica e indústria alterou significativamente. Atualmente, as vagas são disputadas pelo público jovem que já nasceu na década de 80, ou seja, junto ao surgimento de todos os meios de tecnologia hoje disponíveis. Tendo então o mercado se deparado com um público jovem cheio de ideias e disposição para colocá-las em prática.

Este novo perfil de pessoas deixa pra trás aqueles que de algum modo se acomodaram com o antigo mercado de trabalho e não acompanharam a evolução tecnológica, fazendo com que estes que ficaram engessados perdessem lugar na disputa tão acirrada por uma vaga de emprego.

Esta novidade tecnológica e de profissionais mais jovens e recém-qualificadas, também deu vazão a uma rotina de pressão constante, onde o ser humano já não é mais um empregado reconhecido pelo seu tempo de empresa e dedicação, mas sim pelo o quanto ele consegue produzir e em quanto tempo, sendo esta então visto e medido como um número.

A visão do mercado de trabalho está completamente modificada pelo novo perfil de profissionais e também pela devastação das inovações tecnológicas, e traz consigo o maior número de desemprego, pois caiu por terra o conceito de emprego juntamente com a segurança social.

As empresas enxergaram a necessidade de investir para encontrar evolução, ou seja, inovar, frente a grande concorrência. Hoje esta

concorrência esta muito maior, dando oportunidade de escolha ao consumidor do bem ou serviço, podendo este escolher aquilo que ira lhe proporcionar mais comodidade e rapidez, pois esta também esta inserida nesta realidade de que “tempo é dinheiro”, torna-se então um ciclo vicioso, pois hoje todas as pessoas se dizem sem tempo, mas ressalta-se que o tempo é o mesmo o que mudou foram os meios pelos quais se tem acesso a esta informação.

Dupas acentua que a “divisão social do trabalho subverte-se pela contínua evolução dos sistemas técnicos, motivo pelo embate estratégico da concorrência.” A técnica em expansão, embora “abra novos domínios ao poder criador e à atividade dos homens, está a serviço do capital e de sua acumulação.”¹⁷

A sociedade pós-moderna produz aquilo que lhe é conveniente. O trabalhador inserido na empresa submete-se a uma diversidade de funções, e, embora esteja rodeado de novas tecnologias, acaba subvertendo sua capacidade de compreensão do que é útil e qual a razão de se produzir algo senão em virtude do sacrifício de seu tempo em troca de remuneração.

O impacto direto desses fatores no mercado de trabalho fez que estes novos profissionais, hoje do sexo feminino e masculino buscassem sua capacitação para se colocar em um mercado que oferece oportunidades de empregos com mais benefícios salariais, buscando estabilizar as relações, oferecendo a este empregado a flexibilidade, sem contar o crescimento nas terceirização de mão de obra, visando a exploração da qualidade daquele perfil de prestador de serviços e seu baixo custo e sua fácil substituição.

O novo mercado e a inovação trouxeram consigo um grande fator a ser discutido *tempo de trabalho x tempo livre*, com todas essas modificações e evoluções tecnológicas, se faz questionável se hoje os trabalhadores que conseguem sobreviver neste novo mercado sabem distinguir seu horário de trabalho com seu tempo livre.

¹⁷ DUPAS, Gilberto. *Ética e poder na sociedade da informação. De como a autonomia das novas tecnologias obriga a rever o mito do progresso*. São Paulo: Editora UNESP, 2001, pp. 69-71

O fato é que a introdução de novas tecnologias no ambiente de trabalho resultou na necessidade de substituir os trabalhadores que exerciam atividades industriais para homens com novas capacitações técnicas, que produzam mais, em menor tempo de trabalho, focados numa economia mundial para atender os mais diversos tipos de clientes.

Conclusão

Através do presente artigo, podemos concluir que o novo mercado de trabalho, busca força dinâmica, disposta a oferecer benefícios que estimulem a criação de novos produtos e novos serviços a ser disponibilizados aos consumidores.

A criatividade do trabalhador é ponto fundamental em um novo mercado em que a tendência é a inovação constante. Para os empresários e gestores corporativos, a figura do novo empregado cinge-se à inspiração e à criação, bem como à resolução de problemas rotineiros para manter a empresa competitiva, dentro de um mercado que, atualmente, traz novas formas de tecnologia, reduzindo a distância das pessoas.

Cabe ao empresário, entretanto, não somente exigir eficiência e dinamismo do empregado, mas também propiciar meios para que ele possa desenvolver-se intelectualmente, respeitando sua jornada de trabalho, de modo a possibilitá-lo a acompanhar as ideias e as funcionalidades de novas ferramentas criadas pelos mercados.

Se o empresário pode estabelecer metas para que o empregado atinja um despenho desejável no mercado em que atua, deve o gestor também estimá-las de forma razoável, em determinado espaço de tempo, tornando-as possíveis de serem cumpridas, respeitando sua dignidade.

O trabalhador está sendo cobrado reiteradamente para atingir o cumprimento de metas traçadas pelo empresário. Se não bastasse a existência da competitividade externa, com as empresas concorrentes, o trabalhador também sobre competitividade interna com outros pares de seu grupo, impondo a ele uma obrigação de eficiência que acaba repercutindo negativamente em sua saúde e bem estar.

A inserção do assédio moral – cobranças repetitivas de cumprimento de metas de formas diretas e exacerbadas – acaba subvertendo os valores das coisas e sentimentos naturais: as filosofias criadas pelas grandes corporações são a de que o empregado somente será bem sucedido se fizer tudo o que pedirem no momento certo, em prazo fixado, devendo os subordinados estar alinhados diariamente às informações e às mudanças dos mercados, sob pena de perderem espaço aos concorrentes.

Submetido a essa ansiedade e compulsão de cumprimento de metas e superação, o empregado tem de mostrar a seus superiores e a toda sociedade que ele pode superar o meio, demonstrando condição física e psíquica para isso. A conjunção desses fatores é nociva ao trabalhador.

Repensar a forma de tratar o trabalhador e a maneira pela qual devem ser desenvolvidas as novas tarefas é ponto crucial no mercado de trabalho que, paulatinamente, afasta o ser humano do recinto de trabalho e o retrai para sua casa, para sua moradia.

A família e as relações privadas estão sendo substituídas, de forma vertiginosa, pela rotina de tarefas criadas e cobradas pelas empresas, cujo canal de comunicação é feita através de smartphones e microcomputadores.

REFERÊNCIAS

- DANIÈLE, Linhart. **A desmedida do capital**. Tradução: Wanda Caldeira Brant. São Paulo: Boitempo, 2007.
- DUPAS, Gilberto. **Ética e poder na sociedade da informação. De como a autonomia das novas tecnologias obriga a rever o mito do progresso**. São Paulo: Editora UNESP, 2001.
- FAYOL, Henri. **Administração industrial e geral**. São Paulo: Atlas, 1994.
- FUCK, Anderson. **Auditoria externa e interna**. Artigo Científico de autoria Anderson Fuck. Artigo científico publicado em conjunto com auditoria externa e interna. Disponível em www.isulpar.edu.br.
- HELOANI, Roberto. **Gestão e organização no capitalismo globalizado: história da manipulação psicológica no mundo do trabalho**. São Paulo: Atlas, 2007.
- KAHNEY, Leander. **A cabeça de Steve Jobs**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Agir, 2009.
- MARTINS, Marcos Madeira de Matos. **A empresa e o valor do trabalho humano**. São Paulo: Almedina, 2012.
- SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma investigação sobre lucros, capital crédito, juro e o ciclo econômico**. 3º ed., Tradução de Maria Silvia Possas. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1987.
- SMITH, Adam SMITH, Adam. **A riqueza das nações**. Tradução de Luiz João Baraúna, vol. I, 3.ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- SILVA, João Willian da. **Uma análise sobre o sistema de inovação**. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia-UESB 2011. Disponível em <www.ebah.com.br>.