

INTRODUÇÃO

O mundo da tecnologia tem sido o maior gerador de novos empregos na economia nos últimos 6 anos (10 anos se tratando da economia americana). Conforme dados estatísticos e análise de informações ao decorrer do trabalho, verificaremos que neste aspecto, a Internet gerou novos empregos ao longo dos anos, muito mais do que os eliminou nos meses recentes.

No ambiente corporativo, a tecnologia tem importância cada vez maior e as áreas de TI têm aumentado consistentemente seus quadros profissionais. Como é a Internet que vem capitaneando esse aumento da importância da tecnologia dentro das empresas, ela é responsável pela expansão de empregos nesta área. Muitos destes empregos.com, surgem com pessoas que trabalham em casa, muitos são indiretos, houve a criação de muitas empresas.com e conforme dados estatísticos, para cada admissão em uma empresa “normal”, existiam 0,6 para as novas empresas.com.

A quantidade de software houses e empresas terceirizadas que prestam serviços em áreas ligadas à tecnologia explodiram nos últimos 10/15 anos. Há falta de mão de obra especializada em programação em muitas linguagens, e em muitas partes do país. Raramente encontraremos uma software house que afirme ser simples o recrutamento de bons profissionais no mercado quando este precise. Este é um caso de pleno emprego.

Mas se por um lado mostramos um lado bom, resta o lado mais espinhoso de toda esta questão: 1) O que fazer com a quantidade imensa (atual) de profissionais.com sem nenhuma oportunidade de trabalho? 2) Como a desintermediação vem afetando o nível de emprego. Esta é uma pergunta sem resposta. Cada vez que uma determinada plataforma em uma determinada empresa, por exemplo, reduz o volume de negócios de uma empresa atacadista, existem demissões. Porém, demiti-se um empregado mal qualificado, tipicamente um funcionário com apenas o primeiro ou segundo grau, e esse emprego é recriado na provedora da solução na forma de analista de sistemas, programadores, gerentes de marketing, etc.

O problema todo está em que o Brasil está reduzindo a oferta de empregos mal qualificados e aumentando a oferta de postos de trabalho para pessoas bem qualificadas, mas o sistema educacional não é capaz de fornecer esta mão de obra. Resultado: Sobram operários na rua e faltam profissionais bem preparados.

Apartir da pequena introdução acima citada, concluímos que estamos lidando com um tema extremamente abrangente, podendo ser abordado de inúmeras formas. Assim, dentro de nosso trabalho, estaremos discutindo uma série de itens dentro de 5 (seis) principais tópicos de trabalho:

- O Cenário Atual, suas principais mudanças na transição para as empresas.com
- O novo perfil do profissional de RH
- As novas oportunidades de trabalho e os novos profissionais
- Da decadência à ascensão.
- Conclusão

Dentro destes 5 principais tópicos de trabalho, abordaremos diferentes itens, dentre os quais se destacam:

- Os níveis de emprego atual nas pequenas, médias e grandes organizações
- Conhecimento e o poder da informação como fator pré-seletivo de novos funcionários.
- Os segmentos e ramos de atividade em que a tecnologia da informação e a Internet mais influenciam
- Como a Internet pode melhorar o aprimoramento dos profissionais a um baixo custo
- Quais os futuros e os maiores investimentos na área do conhecimento profissional na Internet
- Quais os sistemas de informação e metodologias mais adequados?
- Que tipo de impacto a Internet pode oferecer nos diferentes níveis de emprego (crescimento, retração, aprimoramento, diminuição de custos, aumento da produtividade pessoal, aumento da lucratividade da empresa, qualidade técnica e organizacional, etc...)
- O que fazer com os profissionais.com que se encontram na rua.

O CENÁRIO ATUAL

Abaixo, antes de qualquer introdução, gostaríamos de mostrar uma pequena comparação entre o Brasil e os Estados Unidos no assunto emprego, assunto e situação inicial de qualquer análise, pois é somente a partir deste dado que conseguiremos ter uma idéia de qual é a renda per capita, níveis de emprego, aplicações, usos, etc...Estaremos utilizando para este fim, uma pesquisa realizada pela *Fundação Perseu Abramo*.

UM POUCO DO BRASIL

- Mais de metade dos jovens brasileiros estão desempregados, mas ainda assim mostram otimismo;
- Brasil, apesar da economia também estável, tem perto de 17% de taxa de desemprego, importa quase 30% do petróleo que consome e tem renda per capita de U\$ 4,693.00.
- No Brasil, apenas 36% dos jovens entre 15 e 24 anos têm emprego, outros 22% já trabalharam mas estão desempregados atualmente; na média, os jovens demoram 15 meses para conseguir o primeiro emprego ou uma nova ocupação, nas regiões metropolitanas. No total, 66% deles precisam trabalhar porque todo o seu ganho, ou parte dele, complementa a renda familiar.

O JOVEM NO BRASIL

Vamos ver do lado brasileiro o que os números mostram em relação aos jovens no mercado de trabalho.

A remuneração mensal

A remuneração é o principal item de satisfação dos jovens que trabalham: 17% deles dizem que a remuneração mensal é o fator número um de satisfação. A distribuição percentual, conforme a remuneração, é a seguinte:

- 27% - entre 1 e 2 salários mínimos
- 26% - até 1 salário mínimo
- 24% - entre 2 e 3 salários mínimos
- 19% - mais de 3 salários mínimos

- 3% - não responderam
- 1% - não é remunerado

O destino do salário

- 57% - Parte do que ganham entra no orçamento familiar
- 30% - Ganham só para si
- 9% - Tudo o que ganham entram no orçamento familiar
- 3% - Não responderam

A jornada de trabalho

- 34% - 8 horas
- 14% - 6 horas
- 13% - de 1 a 5 horas
- 13% - 11 horas ou mais
- 10% - 10 horas
- 9% - 9 horas
- 6% - 7 horas
- 2% - outras respostas/não responderam

O tempo atrás do emprego

- 34% - até seis meses
- 25% - de seis meses a 1 ano
- 22% - mais de 2 anos
- 14% - de 1 ano até 2 anos
- 6% - não responderam

JOVENS BRASILEIROS COM FORMAÇÃO TÊM MAIS SUCESSO

Para os jovens que têm alguma ocupação ou profissão, a realidade é menos dura: embora somente 41% tenham sido absorvidos pelo mercado formal de trabalho, 82% do universo estão de alguma forma trabalhando e conseguindo remuneração mensal fixa ou variável. Para 79% dos 1.806 jovens entrevistados, apenas ter um emprego já é motivo de satisfação. Vejamos a distribuição dos entrevistados de acordo com o vínculo empregatício:

- 37% não têm carteira assinada
- 15% têm carteira assinada
- 15% trabalham por conta própria em ocupação temporária
- 5% estão em outras situações
- 3% trabalham por conta própria em ocupação regular
- 2% são universitários e trabalham como autônomos
- 2% são funcionários públicos
- 2% trabalham para a própria família, sem remuneração fixa
- 1% é de estagiários

O JOVEM NOS ESTADOS UNIDOS

A pesquisa com os jovens norte-americanos foi realizada nos primeiros meses de 2001 pelo www.jobtrack.com (50.000 visitas por dia e 400.000 page views por dia), considerado um entre os 100 melhores sites da Internet mundial.

Os Estados Unidos tem um contingente de 15 milhões de estudantes, que devem chegar a 16,1 milhões em 2008, preparando-se para um mercado de trabalho que cada vez mais exige trabalhadores especializados.

Os estudantes que estão chegando à faculdade no ano 2001, nasceram em 1980, ou seja, antes do bicentenário dos Estados Unidos. Características gerais:

- A maioria nunca viu uma TV apenas com canais abertos ou sequer usaram o seletor para trocar de canais – pertencem à geração controle remoto
- Sempre tiveram secretária eletrônica
- Sempre tiveram videocassetes, mas não têm idéia do que seja uma fita Beta
- Nunca acharam que houvesse algo futurístico a respeito do ano 2000

No site da jobtrack os jovens têm ofertas de trabalho distribuídas da seguinte maneira:

- Contabilidade e finanças – média salarial de R\$ 5.530,00 (11,7%)
- Administração – média salarial de R\$ 5.610,00 (10,8% das vagas)
- Trabalho em igrejas – média salarial R\$ 4.285,00 (6,3% das vagas)
- Comunicações – média salarial de R\$ 4.488,00 (5,5% das vagas)
- Computação – média salarial de R\$ 7.277,00 (13,8% das vagas)
- Educação – média salarial de R\$ 6.061,00 (13,0% das vagas)
- Engenharia – média salarial de R\$ 7.324,00 (10,5% das vagas)
- Vendas/marketing – média salarial de R\$ 5.423,00 (11,1%)
- Outros – média salarial de R\$ 4.862,00 (17,3% das vagas)

Os jovens norte-americanos esperam ser bastante procurados quando se formarem: 30% acham que terão quatro ou mais ofertas de emprego, e apenas 27% não esperam nenhuma. Eles acham também que o futuro é promissor: 66% acham que serão possivelmente mais bem sucedidos que os pais. Os principais benefícios que esperam dos empregadores é horário flexível (para 35%), stock options (para 19%), mais férias (para 13%). E as prioridades que buscam são: equilíbrio entre a vida profissional e a vida pessoal (42%), dinheiro (26%), potencial de crescimento (23%) e trabalhar em um lugar específico (9%).

Os jovens imaginam que não deverão ficar muito tempo com o primeiro empregador: 27% diz que espera ficar um ano, 31% dois anos e 20% três anos. E o tipo de empresa em que buscam trabalhar são: 31% nas 100 maiores; 27% em empresas médias, 26% em empresas novas e 16% em empreendimentos próprios.

Do que se Trata a Nova Economia

A difusão acelerada das novas tecnologias de informação e comunicação vem promovendo profundas transformações na economia mundial e está na origem de um novo padrão de competição globalizado, em que a capacidade de gerar inovações em intervalos de tempo cada vez mais reduzidos é de vital importância para empresas e países. A utilização intensiva dessas tecnologias introduz maior racionalidade e flexibilidade nos processos produtivos, tornando-os mais eficientes quanto ao uso de capital, trabalho e recursos naturais. Propiciam, ao mesmo tempo, o surgimento de meios e ferramentas para a produção e comercialização de produtos e serviços inovadores, bem como novas oportunidades de investimento.

As mudanças em curso estão provocando uma onda de "destruição criadora" em todo o sistema econômico. Além de promover o aparecimento de novos negócios e mercados, a aplicação das tecnologias de informação e comunicação vêm propiciando, também, a modernização e revitalização de segmentos maduros e tradicionais; em contrapartida está ameaçando a existência de setores que já não encontram espaço na nova economia.

Através das redes eletrônicas que interconectam as empresas em vários pontos do planeta, trafega a principal matéria-prima desse novo paradigma: a informação. A capacidade de gerar, tratar e transmitir informação é a primeira etapa de uma cadeia de produção que se completa com sua aplicação no processo de agregação de valor a produtos e serviços. Nesse contexto, impõe-se, para empresas e trabalhadores, o desafio de adquirir a competência necessária para transformar informação em um recurso econômico estratégico, ou seja, o conhecimento.

Na transição para a nova economia, esse padrão de especialização poderá agravar ainda mais a desigualdade entre os países especializados em gerar novos produtos e serviços e os demais, que implementam os projetos desenvolvidos pelos países líderes.

Tal padrão de especialização tem profundo impacto na distribuição das oportunidades de trabalho, no padrão de consumo da sociedade e na repartição da renda entre os países. Apesar das grandes desigualdades entre nações, novas oportunidades se abrem para os países em fase de desenvolvimento econômico que saibam estruturar suas políticas e iniciativas em direção à sociedade da informação.

Comércio Eletrônico: a pedra de toque da nova economia

Ao longo de sua trajetória, as tecnologias de informação e comunicação deram origem a um grande número de inovações, dentre as quais a Internet é, sem dúvida, a mais revolucionária, como já citado anteriormente. O surgimento dessa inovação teve o poder de promover uma onda de renovação em praticamente toda a economia. Com a explosão da rede global - World Wide Web - em meados da década de 90, as empresas passaram a contar com uma nova mídia, um meio eficiente de comunicação entre clientes e fornecedores, um veículo mais ágil de acesso a informações e ainda um processo inovador para a operação de negócios.

As atividades econômicas que se utilizam de redes eletrônicas como plataforma tecnológica têm sido denominadas negócios eletrônicos (e-business). Essa expressão engloba os diversos tipos de transações comerciais, administrativas e contábeis, que envolvem governo, empresas e consumidores. E o comércio eletrônico (e-commerce) é a principal atividade dessa nova categoria de negócios. Nela, conforme ilustra a Figura abaixo estão envolvidos três tipos de agentes: o governo, as empresas e os consumidores. As possíveis relações entre esses agentes são as seguintes:

B2B (*business-to-business*): transações entre empresas (exemplos: EDI, portais verticais de negócios);

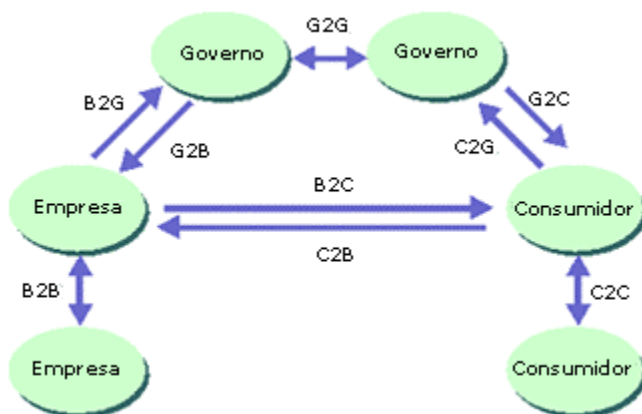
B2C/C2B (*business-to-consumer / consumer-to-business*): transações entre empresas e consumidores (exemplos: lojas e *shoppings* virtuais);

B2G/G2B (*business-to-government / government-to-business*): transações envolvendo empresas e governo (exemplos: EDI, portais, compras);

C2C (*consumer-to-consumer*): transações entre consumidores finais (exemplos: *sites* de leilões, classificados *on-line*);

G2C/C2G (*government-to-consumer / consumer-to-government*): transações envolvendo governo e consumidores finais (exemplos: pagamento de impostos, serviços de comunicação);

G2G (*government-to-government*): transações entre governo e governo.



Novos Mercados

O comércio eletrônico subverteu a lógica de funcionamento dos mercados tradicionais, impondo-lhe novas características: fácil acesso à informação; diminuição dos custos de transação; substituição dos intermediários tradicionais por novos tipos de agentes que atuam na ponta da cadeia produtiva, junto ao consumidor final, fazendo eles mesmos toda a conexão com os produtores de bens e serviços; eliminação das distâncias físicas e funcionamento ininterrupto em todas as regiões do mundo. Como decorrência, produtos e serviços ofertados via redes eletrônicas passaram a ter como foco tipos diferenciados de consumidores, que podem estar em qualquer ponto do planeta e, apesar da distância física, receber tratamento personalizado.

As transações efetuadas por meio de redes eletrônicas trazem vantagens tanto para os consumidores, quanto para as empresas. Os primeiros poupam tempo, ao evitar deslocamentos físicos, diversificam suas opções de compra, ganham meios mais ágeis de realizar pesquisas de mercado e de preços e podem ter assistência técnica diretamente pela própria rede. As empresas vêem ampliadas suas chances de alcançar mercados no mundo inteiro, assim como de reduzir os custos de suas operações comerciais e financeiras. A Internet torna-se também um meio muito eficiente de fazer publicidade direcionada ao mercado-alvo das empresas.

A difusão dos negócios eletrônicos está modificando a estrutura das *cadeias de suprimento*, o conjunto de elos sucessivos entre fornecedores e compradores. Alguns elos de distribuição e varejo estão se tornando dispensáveis, em função das transações mais diretas, propiciadas pelas redes eletrônicas, entre os diferentes agentes econômicos. Ao mesmo tempo, surgem novos tipos de intermediários, que atuam na distribuição de bens e serviços, através dessas redes, o que afeta gradativamente o nível de emprego.

FATORES CRÍTICOS DO COMERCIO ELETRONICO

Massa crítica

Para a ampliação do comércio eletrônico, é fundamental aumentar não somente o número de usuários individuais da Internet, mas sobretudo a quantidade de empresas conectadas à rede, em particular as micro, pequenas e médias empresas, o que depende largamente da universalização do acesso à rede global.

Segurança, confiabilidade e velocidade

O comércio eletrônico requer segurança, confiabilidade e velocidade na transmissão de informações pela rede, bem como logística de entrega eficiente. Quando se trata de B2C, exigências adicionais são colocadas pelos compradores virtuais, entre elas, interatividade e facilidade de uso.

Regulamentação e auto-regulamentação

Um fator essencial para a difusão do comércio eletrônico diz respeito à regulamentação dessa atividade, em especial quanto aos seguintes aspectos, alguns dos quais ainda polêmicos:

- Validação das transações eletrônicas, particularmente quanto à certificação de assinaturas e documentos;
- Proteção da privacidade de pessoas e instituições;
- Adoção de padrões para os serviços de comércio eletrônico;
- Taxação de transações eletrônicas e de bens e serviços;
- Regulamentação do modelo de arrecadação das transações eletrônicas.

Participação das PME na Nova Economia

A importância das pequenas e médias empresas (PME) na geração de empregos tem levado um grande número de países a estabelecer políticas

voltadas para o desenvolvimento de competências necessárias e de facilitação do acesso dessas empresas às tecnologias de informação e comunicação.

A Internet, particularmente o comércio eletrônico, oferece grande potencial de redução dos custos das PME e de ampliação dos seus mercados. Entretanto, essas empresas enfrentam sérios obstáculos à utilização da rede global, como a falta de percepção das oportunidades oferecidas pelo comércio eletrônico, a incerteza quanto a seus benefícios para o negócio, a falta de produtos adequados e de sistemas integrados para utilização da Internet, a complexidade, os custos e a carga burocrática imposta em suas operações e a falta de um quadro jurídico.

Mudanças no perfil do Trabalho e Emprego

Diante desse conjunto de mudanças técnico-econômicas, o mercado de trabalho e o perfil do emprego modificaram-se estruturalmente. Novas especializações profissionais e postos de trabalho surgiram, mas também diversas ocupações tradicionais foram ou estão sendo transformadas, substituídas ou mesmo eliminadas. Aumentaram as disparidades de remuneração entre os trabalhadores mais qualificados e os demais, enquanto diversas atividades intermediárias tornam-se dispensáveis.

Não é possível antecipar quais serão as novas demandas profissionais que irão surgir nem que rumos irão tomar as mudanças nos padrões de trabalho e emprego, até porque o caráter e os impactos dessas transformações irão variar segundo as condições de cada país, região, segmento da economia e a qualificação do trabalhador.

Cada vez mais se exige dos trabalhadores contínua atualização e desenvolvimento de habilidades e competências, de modo a atender aos novos requisitos técnico-econômicos e a aumentar sua empregabilidade. A atividade empresarial diretamente influenciada pelos negócios eletrônicos vem demandando novas competências, adaptadas à realidade tecnológica. Dentre os perfis profissionais mais disputados, estão programadores, web-designers, administradores de redes, jornalistas e outros profissionais que lidam com conteúdos na web, especialistas em marketing e gerentes de Internet.

Teletrabalho

O mercado virtual demanda organizações cada vez mais flexíveis, atuando em redes. O teletrabalho vai ao encontro do desenvolvimento dessas novas modalidades de organização produtiva. Condição para haver teletrabalho é a separação do trabalhador do ambiente tradicional, ou seja, do local físico do escritório, o que desestrutura também o tempo de trabalho: esses trabalhadores passam a dispor de horários flexíveis para realização de suas tarefas. O teletrabalho constitui, também, uma nova abordagem do trabalho por parte dos indivíduos diante da possibilidade de se estabelecerem novos tipos de vínculos e

relações de trabalho com os empregadores. O Quadro abaixo apresenta algumas vantagens do teletrabalho, do ponto de vista das empresas.

Trabalhador	Custos	Custos menores de alimentação, transporte e vestuário
	Oportunidades de negócio	mais tempo para atender clientes . maiores oportunidades para pessoas com restrições de tempo e locomoção . relacionamento mais estreito com clientes em comunidades específicas . maior facilidade de atender múltiplas empresas por parte de especialistas altamente qualificados
	Gestão	. maior facilidade de determinar estilo de vida e de trabalho
Empresa	Custos	. diminuição da estrutura física da empresa . aumento de produtividade gerencial e profissional
	Oportunidades de negócio	. área geográfica de atuação mais ampla . maior proximidade com o cliente . fixação mais fácil de profissionais experientes . área geográfica de recrutamento mais ampla . acesso mais fácil a profissionais altamente qualificados
	Gestão	. maior agilidade . maior flexibilidade na composição de equipes de especialistas
Governo	Custos	. menor consumo de energia
	Oportunidades de negócio	. redução de veículos em circulação . governo mais próximo do cidadão . prestação de serviços de melhor qualidade
	Gestão	. maior facilidade na organização e gestão de prestação de serviços

ONDE ESTAMOS

A indústria das tecnologias de informação e comunicação no Brasil

Base da nova economia, a indústria de tecnologias de informação e comunicação, no Brasil, foi profundamente afetada com a abertura da economia

no início dos anos 90. As grandes empresas internacionais foram atraídas pelas perspectivas de crescimento do mercado brasileiro, bem como pela capacitação tecnológica da mão-de-obra local. Fusões, aquisições e processos de privatização trouxeram para o País empresas estrangeiras e suas plantas produtivas.

Muitas dessas empresas estrangeiras estão utilizando o Brasil como ponto estratégico para outros investimentos no mercado latino-americano, uma vez que o País conta com um centro produtor diversificado e de grande porte, oferece amplo mercado interno, capacidade manufatureira, base instalada e acesso favorável aos demais mercados da América do Sul.

Difusão das tecnologias de informação e comunicação na indústria Brasileira

Em uma economia pressionada pelo processo de globalização dos mercados e pela internacionalização da produção, a baixa difusão do uso dessas tecnologias representa desvantagem das empresas brasileiras em relação à competição internacional. Diversos fatores de ordem econômica, tecnológica, institucional e cultural podem estar interferindo na decisão das empresas no que concerne à adoção de tecnologias de informação e comunicação.

Vendas		
Classificação dos setores - total das receitas operacionais brutas		
em US\$ bilhões - 2000		
1.	Serviços básicos de comunicação	28,9
2.	Computadores, periféricos e componentes	25,2
3.	Infra-estrutura de redes e telecomunicações	20,7
4.	Serviços operacionais, de consultoria e de distribuição	17,7
5.	Produtos e serviços especializados em comunicação	19,4
6.	Software básico, de produtividade e de gestão	18,3
7.	Provedores e serviços de Internet	78,1

Criação e Desenvolvimento de Negócios Inovadores

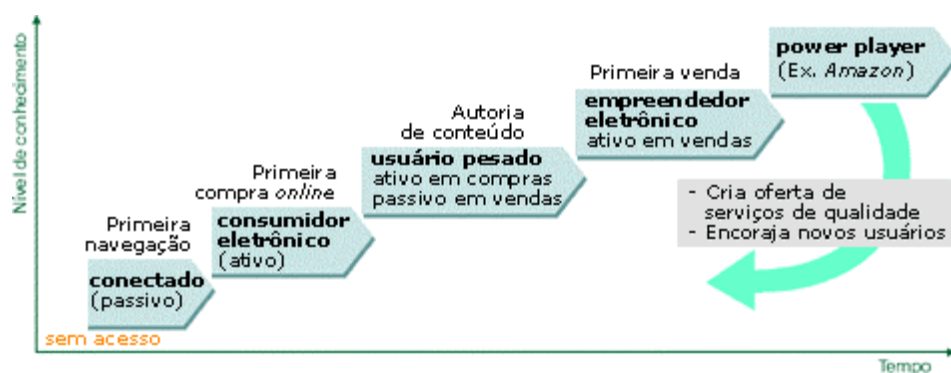
A geração de negócios inovadores tem seu maior desenvolvimento em empresas que oferecem soluções para uso econômico da Internet, como vendas no varejo, leilões, consultas *on-line*, acesso a especialistas etc. Negócios

inovadores são também o foco de qualquer empresa de *software* e soluções com impacto positivo em todos os segmentos da economia.

Mercado

O Brasil ocupa a liderança do mercado de comércio eletrônico da América Latina, tendo transacionado US\$1,5 bi em 2000 (a maior parte na modalidade B2B), o que representou cerca de 88% do valor das transações realizadas eletronicamente pelos países latino-americanos.

A relevância do comércio eletrônico está promovendo o surgimento de iniciativas governamentais visando a desenvolver e apoiar essa atividade no Brasil. Com essa finalidade, foi criado o Comitê Executivo de Comércio Eletrônico, envolvendo os Ministérios do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, da Ciência e Tecnologia e do Planejamento, Orçamento e Gestão.



Benefícios de usar Web no trabalho

Através de pesquisas analisadas, dentre elas a pesquisa elaborada pela Xylo, que teve como objetivo identificar as tendências do ambiente de trabalho, constatamos que as pessoas que usam a Web no trabalho são mais produtivas, trabalham melhor e se sentem mais felizes e menos estressadas.

Dos que afirmam usar a Internet no trabalho, 86% garantem que o acesso não tem impacto negativo em suas atividades profissionais. Quase metade (46%) afirma que a Internet os ajuda a ser produtivos. E, quanto mais navegam, mais produtivos são, afirmam os entrevistados. Dos que usam a Web no trabalho todos os dias, 74% garantem que sua produtividade está aumentando.

Mais de metade dos entrevistados (56%) considera que o uso pessoal de Internet no trabalho tem um impacto positivo sobre o desempenho profissional. De fato, 28% afirmam que surfar os faz ficar mais felizes e menos estressados e 28% dizem que navegar esporadicamente para fins pessoais no escritório melhora seu trabalho.

Como pudemos observar, podemos concluir que é apenas uma extensão eletrônica da flexibilização das políticas de trabalho. Conforme indicação, quando as empresas permitem aos funcionários gastar alguns momentos online todos os dias para lidar com questões pessoais, como fazer reservas de jantar, planejar uma viagem ou escolher um presente de última hora, esses empregados ficam capacitados a balancear melhor a demanda de seus trabalhos e de suas vidas domésticas. Quando os funcionários sentem que seus patrões apoiam uma conduta balanceada entre a vida privada e profissional, eles tendem a ficar mais produtivos, leais e comprometidos com a empresa.

Os empregados estão cientes sobre os problemas de uso de Internet no ambiente de trabalho. Mais de 70% dos funcionários que possuem acesso à Internet do escritório afirmam que suas empresas possuem uma política de uso formal da Web. Quase metade (48%) afirma que o uso pessoal é permitido. Apenas 25% dos entrevistados que possuem acesso à Web afirmam que a política da empresa proíbe o acesso no trabalho.

O FIM DA ESPECIALIZAÇÃO E O COMEÇO DA ERA GENERALISTA

Estamos saindo de uma sociedade baseada na superespecialização, onde poucos sabem muito sobre muito pouco. Durante este século que se encerra, em especial, prosperaram grandes especialistas que puderam contar com o luxo de não dominar nada além de sua área restrita.

Isto foi possível graças à difusão de bases comuns de conhecimento em círculos cada vez mais altos, ou seja, todos os que concluíam o ensino primário contavam com o domínio das mesmas informações gerais, os que concluíam o ensino médio, com novos conhecimentos em comum, e aqueles que concluíam a graduação, mais conhecimentos em comum em cada área. E tais conhecimentos, do primário à graduação, eram suficientes para dar uma visão sistêmica das questões estudadas.

Com a multiplicação do conhecimento, tornou-se impossível ter uma cultura geral tão vasta, e com a reorganização das sociedades tornou-se dispensável conhecer tanta coisa dispersa. Ao contrário, a especialização do trabalho pedia níveis de especialização do saber também cada vez maiores.

O problema não está no gigantismo do conhecimento, mas na incongruência entre o que é ensinado nas bases e o que é necessário para uma visão geral contemporânea

O fato é que a organização do futuro começa a buscar generalistas, não por compreenderem de diversas áreas, mas por terem uma visão do todo, uma visão sistêmica, que é muito rara em momentos como este.

Desta forma, podemos garantir que o perfil ideal para funcionários da organização do futuro é ainda a de um ultraespecialista, mas um que consiga situar seus conhecimentos específicos dentro de um quadro geral contemporâneo.

Qual a importância da Internet no mercado de trabalho?

A Internet tem seus pontos positivos e negativos. Entre os positivos é importante destacar a grande reformulação que a rede está proporcionando em termos de mercado de trabalho e de troca de confiabilidade entre as pessoas. Ou seja, o consumidor está tendo que acreditar no produto que está comprando, e o vendedor nas informações que o consumidor lhe passa pela Rede. Isso no caso de comércio. A velocidade com que isso se dará, e já está realizando-se, também é importante.

Toda nova tecnologia gera uma discussão em torno do mercado de trabalho. E a Internet abre um leque gigante de oportunidades e diminui outras atividades. Mas a verdade é que está abrindo mais do que diminuindo. Pelo menos por enquanto. A Internet tem criado um campo profissional fascinante. É um mundo inteiro a ser descoberto. Mas claro, que não precisamos mais ir a Nova York resolver este ou aquele problema, já que posso fazer tudo pela rede, vamos deixar de usar uma série de serviços que antes usávamos, mas isso não significa que aqueles serviços desapareceram. Quem não souber explorar as potencialidades da rede ficará para trás.

O IMPACTO DA INTERNET SOBRE O TRABALHO

Pensando de forma estritamente marxista, a questão da relação capital / trabalho é intermediada pela propriedade privada dos meios de produção. Aqueles que os possuem "podem" (no sentido de ter o poder) empregar, utilizar a força de trabalho dos que não os possuem, para modificar a natureza, agregar valor, construir a mercadoria e, neste sentido, ser proprietário daquilo através do qual as relações entre os indivíduos se estabelece - a própria mercadoria. A chave da "equação" são os meios de produção, é a propriedade sobre eles que determina o poder social e portanto, a possibilidade da acumulação. Pois bem, para Marx há uma distinção absolutamente clara entre os bens de produção - aqueles que são empregados para a produção das mercadorias - e os bens de consumo, em suma, as próprias mercadorias, que serão consumidas por todos.

É exatamente esta distinção que é colocada em cheque pelos artefatos próprios à revolução provocada pela Internet: como podemos classificar os computadores pessoais, a rede informática, a Internet? São bens de produção ou bens de consumo? Estamos lidando com algo efetivamente revolucionário, algo que muda a qualidade da forma pela qual é possível agregar valor e, conseqüentemente, da forma pela qual nos organizamos para produzi-lo.

Pensando politicamente, ou seja, nos desdobramentos concretos sobre o que a mudança traz nas relações de emprego. As transformações trazidas pela revolução da Internet estão ocorrendo dentro de um quadro definido de poder, onde alguns tem a possibilidade de "empregar" outros, e onde, cada dia, considerando-se os instrumentos criados a cada momento, os empregados se tornam mais desnecessários, pois cada dia mais se torna possível produzir sozinho (ou quase) apoiado em "máquinas".

A principal mudança analisamos na relação empregador / empregado. A mudança é brutal. Os empregados querem mais emprego, mas não querem mais empregadores, e os empregadores querem se manter como empregadores, mas empregando ninguém. O que responder para os que querem mais emprego e para os que querem menos empregados?

As novas tecnologias influem decisivamente na diminuição dos postos de trabalho tradicionais, mas com a Internet, muitos novos empregos já foram criados e muitos ainda estão para serem criados, é uma questão de iniciativa, existe um caminho vasto e inexplorado de novas alternativas de trabalho, de agregação de valor, passíveis de serem exploradas individualmente e em grupo. Aqui, não estamos discutindo o nível de emprego, que com certeza cresceu muito com a Internet, mas estamos discutindo as relações de trabalhos que foram afetadas

Organizacionalmente falando, a mentalidade humana jamais evoluiu, todos os níveis hierárquicos sempre foram mantidos, não só a nível organizacional, mas na questão família, onde encontramos a figura do homem como sendo até

recentemente o “chefe” da casa (hoje esta perspectiva já se encontra totalmente diferenciada), mas nós nos comportamos como se sempre, obrigatoriamente, o desenho organizacional fosse uma pirâmide, no alto o chefe / o dono, o governante, na base da pirâmide os que “obedecem”. Apenas para citação, no mundo do trabalho o consolidador desta crença foi Taylor.

Do que foi acima citado, tiramos a seguinte conclusão: Na rede de informática, quem é o chefe? Quem controla, quem supervisiona quem? Na rede, quando termina a etapa “a” e começa a etapa “b”? A rede não tem forma, não é pirâmide, não é círculo, é uma possibilidade virtual de que as comunicações se estabeleçam. Uma das crises da utilização da rede informática nas empresas decorre exatamente de sua forma contradita à forma organizacional tradicional. As empresas querem a velocidade trazida pela rede, mas se “embananam” completamente com a “desorganização” que a rede promove das relações.

Muitas vezes estas “hierarquias” são encontradas dentro das redes internas das empresas, onde determinam-se que determinada pessoa poderá acessar apenas determinados campos, enquanto outras poderão apenas acessar outros diferentes campos.

Sem dúvida que estas contradições estão crescendo exponencialmente com a introdução da Internet e das Intranets, efetivamente fica muito mais difícil “segurar” o sujeito na sua mesa, em tarefas pré estabelecidas, quando ele tem acesso ao “mundo”, via Internet. Quando ele pode constatar, como se faz aquilo em outros países, outros estados e na mesa do lado. A distância acabou.

Será que vale a pena perder esta possibilidade, para “segurar” o sujeito na sua mesa? O conhecimento humano sempre foi rede, qualquer dos objetos que nos cerca tem uma longuíssima história de rede, de conhecimentos oriundos de diferentes disciplinas, de diferentes momentos históricos, que se combinam e concretizam nos objetos, a grande diferença é que a Internet, condensa no momento presente esta rede. É um instrumento fantástico de armazenamento, administração e geração de conhecimento exatamente porque é rede, a forma humana histórica de produzir conhecimento, cibernetizada.

Pensando psicologicamente, o centro das mudanças concentra-se ao tremendo impacto psicológico da mudança da relação, ou melhor da percepção da relação espaço-temporal. Podemos levantar também a questão das distâncias sociais, onde a velocidade, o acesso, e a possibilidade de se “virar” para a rede do conhecimento humano, fazer uma pergunta e ter resposta, independentemente de quem perguntou ou quem respondeu.

Podemos exemplificar o item acima citado com um pequeno exemplo de nosso dia-a-dia: eu e o meu médico podemos ter acesso a mesma informação, sobre os estudos mais avançados sobre a minha doença. Algo meu que era de completa posse do outro pode ser recuperado, a informação que é de meu interesse pode ser minha, sem ter um intermediário poderoso entre eu e o meu

interesse, a relação de poder (pelo saber) entre o meu médico e eu, vai mudar! Nunca houve um "instrumento" de homogeneização do saber igual à Internet. Não há discriminação entre os que podem acessar qualquer coisa(existe uma piada que circula atualmente na Internet, principalmente nas sessões de bate-papo, onde pede-se cuidados, pois do outro lado pode estar o seu cachorro)

Citando o mesmo pensamento, podemos analisar a situação de um professor da PUCC, por exemplo, supondo que este lecionasse a matéria de informática, onde este começa a mostrar como acessar a Internet e, imediatamente, vira suporte. Deixa de ser o professor, para ser suporte. Os alunos passam a dizer: Como faz isto, como chega naquilo, etc. etc. Trata-se, com certeza, de uma nova relação, do professor, que serve para disponibilizar uma nova relação, não para comandá-la.

DISPONIBILIZAÇÃO, esta é a palavra chave para o futuro da educação, tornar disponíveis os meios, o conhecimento, sem fazer disto um favor, algo a ser trocado por bom comportamento.

O IMPACTO CULTURAL DA INTERNET

CRIAÇÃO DE UM NOVO "AMBIENTE"

A Internet é um marco na história humana, pois nos coloca em contato com o Cyberspace, isto é, o "lugar" onde as transações nas redes de computadores acontecem. Este "lugar" está grafado entre aspas porque não é um lugar físico propriamente dito, É um lugar virtual. O Cyberspace é caracterizado pelo fluxo de informações nas redes de computadores e nas linhas telefônicas, um lugar que não podemos sequer imaginar realmente, pois é inteiramente diferente de toda a nossa experiência sensorial. Isso não quer dizer que não possamos interagir com ele. Fazemos isso a todo o momento, por exemplo, quando falamos ao telefone, só que sem pensar em todo o processo que está por trás disso.

CARACTERÍSTICAS DO CYBERSPACE

A Unificação da Mídia:

Todas as formas de informação se transformam em bits. Ou seja, uma imagem ou um vídeo, um determinado tipo som, um texto; tudo é passível de ser transformado em mídia digital.

Ausência de Espaço:

Os bits são apenas informações, que podem ser transportados, copiados e enviados pelas linhas telefônicas de um canto a outro do mundo na velocidade da luz.

Reprodutibilidade:

No Cyberspace não existe o conceito de obra original. Uma informação é sempre uma cópia e o original ao mesmo tempo. Uma cópia não degrada o original, é perfeitamente idêntica. Esta característica facilita a pirataria de informações e coloca em cheque a noção de propriedade intelectual.

Mudança de Propriedades:

Informações digitalizadas podem ser mudadas em sua estrutura mais elementar, adquirindo assim uma flexibilidade incomparável. Podemos simular situações de uma forma nunca antes imaginada. Isso minimiza as possibilidades de erro na tomada de decisões.

Empacotando Inteligência:

A inteligência pode ser armazenada no Cyberspace. Os computadores são donos de uma inteligência jamais vista, a inteligência funcional.

CARACTERÍSTICAS DA INTERFACE

A Interface vem desmaterializando (tornando virtual) , nossos objetos de usos e costumes. Veja-se as calculadoras, que sumiram da mesa de trabalho para assumirem uma "posição" na tela de computador. E a máquina de escrever ? Alguém se lembra dela? Foi desmaterializada, assim como o fax está sendo, como o aparelho de som, e por fim, o próprio computador. Assim, como estamos tratando de nível de emprego, surge uma pergunta? Esta substituição estaria aumentando ou diminuindo o nível de emprego? Aumentando, segundo estatísticas, todos os trabalhos que foram substituídos pelo computador, foram remodelados, ou seja, se modelaram às novas exigências ou mesmo criaram parcerias com as empresas de alta tecnologia ou mesmo com as empresas.com

MATERIALIZANDO O IMATERIAL

Por outro lado, nossa experiência sensorial, nosso acervo de significados, teve o acréscimo de novos "objetos" - não materiais, porém mais próximos e compreensíveis da nossa realidade. Por exemplo, agora podemos ver arquivos e programas.Podemos até tocar neles com uma Cyberglove. Um arquivo ou programa nunca poderia ser visto antes, pois pertence a um outro reino, que não podemos compreender sensorialmente. A Interface "materializa" novas entidades que simplesmente não existiam no tempo dos nossos pais.

METÁFORAS SENSORIAIS

A Interface trabalha com metáforas sensoriais. Ela cria uma metáfora de profundidade em tela plana, simula um pequeno som de "click" ao apertarmos um botão que não existe, finge haver uma visão periférica quando na tela esta não existe, cria sombras, materializa. Da mesma forma, toda essa materialização pode simplesmente se dissolver em apenas um comando. Podemos trocar de tela, trocar as metáforas com um simples comando nos teclados. Na Interface, o conceito de arquitetura líquida é dominante, ou seja, um ambiente onde as necessidades da mente têm predomínio sobre as necessidades do corpo, ou as imposições da nossa realidade. Cria-se uma materialização conveniente.

A GUERRA PELO CONTROLE DA INTERFACE

Os navegadores (browsers) estão se tornando a Interface padrão entre as pessoas e o Cyberspace. As empresas que detiverem o controle desta interface

serão vencedoras do próximo período. A Netscape e a Microsoft são bons exemplos na questão de controle destes novos produtos.

AS EMPRESAS ESTARÃO ONDE A INTERFACE ESTIVER

O Cyberspace pode ser encarado como um ponto de vendas para as empresas com as seguintes características:

Não tem um lugar definido no espaço.

Pode estar em qualquer lugar onde exista uma Interface com o Cyberspace (computador, telefone, televisão, ou todos juntos, em alguma máquina da qual ainda não sabemos o nome).

Não tem lugar definido no tempo.

Pode ser o mesmo ponto de vendas em muitas Interfaces ao mesmo tempo. Enquanto um vendedor atende um cliente por vez, no Cyberspace, sem nenhum vendedor, atende-se n clientes por vez. É a chamada "massificação personalizada". Não existem horário comercial, fins - de - semana, dia, noite, feriados, etc.

Automatização.

Sendo possível o transporte de inteligência, ocorre uma automatização das funções de inteligência mediana. O transporte de inteligência é capaz de desempenhar uma função específica, sem a necessidade do ser humano (enxugamento as empresas).

Fim de intermediários.

Conexão direta entre serviços e clientes. Tudo o que pode ser digitalizado, pode ser vendido diretamente ao consumidor, e o que não o pode, deve ser pedido pela rede. Lojas de revenda passam a perder a utilidade. Por exemplo, quando compramos um CD com uma determinada canção, não queremos o CD, queremos a canção. Podemos pegar esta canção diretamente do Site da gravadora ou do próprio artista.

COMO ESTAMOS NOS DIAS DE HOJE?

A Internet, a encarnação prática do conceito de Cyberspace, ainda tem limites que impedem seu pleno desenvolvimento. Os principais são:

Largura da banda:

Ou seja, o quanto de informação pode se passar pelas redes em determinado tempo. A largura da banda atualmente é muito pequena. Nas ligações feitas pela

rede telefônica, a taxa de transmissão é de 33.600 bits por segundo. Precisamos de dez vezes isso para fazer uma vídeo - conferência de boa qualidade. Porém isto está mudando rapidamente.

Segurança:

A Internet ainda se assemelha a um tipo de Oeste selvagem, pois é muito nova e os xerifes ainda não sabem muito bem o que fazer, ou como fazer para colocar ordem na casa. A tecnologia que permite a segurança nas transações comerciais ainda está em desenvolvimento. Ataques de Hackers ainda são constantes, arrepiando os cabelos de todos os responsáveis pela segurança.

Cultura Digital:

Não é fácil mudar o paradigma no qual fomos criados e usufruir da rede de forma correta e produtiva. É necessário um novo tipo de treinamento e educação para que possamos entender a realidade digital. Entender o Cyberspace que muda nosso conceito de espaço, tempo, produtividade; enfim, que parece um novo "reino da natureza".

OS DESAFIOS DA CULTURA DIGITAL

A revolução digital provoca mudanças nas relações de produção, nas relações de trabalho e, surpreendentemente, nas relações com a "inteligência", privacidade e segurança:

Desemprego Estrutural

É uma forma de desemprego onde uma parte da força de trabalho fica excluída sumariamente do mercado, sem encontrar novas formas de inserção . Não é que não existam empregos; não existem pessoas suficientemente qualificadas para exercer certas funções, e, paradoxalmente, existem muitas pessoas desempregadas, por terem suas funções substituídas por um software qualquer. A chamada "área de serviços", que costumava acomodar os desempregados da área industrial, vai dispensar mais trabalhadores com as novas tecnologias, pois para realizarem negócios na Internet precisam de poucos funcionários, muito bem qualificados. No começo do século, as máquinas roubavam empregos de pessoas que usavam músculos no seu trabalho. No próximo século, os softwares roubarão os empregos das pessoas que utilizarem uma inteligência funcional, específica. daquelas que não tiverem arte nos seus ofícios intelectuais. Aquele tipo de criatividade que só um ser humano pode ter - por enquanto - para lidar com situações inusitadas, para lidar com questões políticas, saber fazer atuar seu carisma - enfim adjetivos irracionais e emotivos. Daí um enfoque sobre a chamada "inteligência emocional".

A vida digital permite uma intensa disponibilidade de informações pessoais, assim como sua manipulação e segmentação dos mais diferentes mercados. É de

se esperar que, como já ocorre atualmente, nossos dados pessoais estejam percorrendo a rede de uma forma indevida. Mas não é só isso: com uma intensificação das relações sociais no Cyberspace, teremos registros de cada passo dado em cada ambiente. A vida digital deixa rastros que podem ser seguidos e monitorados. Imagine que, enquanto estamos lendo estas informações confortavelmente, um pequenino software esteja varrendo o seu computador, fazendo uma pesquisa de mercado, recolhendo dados como a data de instalação de programas, a configuração do seu computador - o que já dá uma idéia do seu nível de renda - o banco de dados do seu e-mail, informações secretas de sua empresa. Isso é possível, mas não provável.

Naturalmente, uma indústria de privacidade vai ser criada para suprir esta demanda. É mais provável que se entregue estas informações valiosas de mão beijada para as empresas que, em troca, oferecerão descontos sobre seus produtos ou serviços especiais. A transformação da privacidade em um produto que, como tal, possa ser vendido e negociado, é um dos aspectos mais intrigantes neste jogo de informações.

Uma sociedade mais vulnerável

Os erros cometidos no Cyberspace tem efeitos muito diferentes dos cometidos no mundo real. A natureza do erro digital não implica nas mesmas ocorrências do erro analógico. Erros em programas de computador, os chamados (bugs), normalmente aparecem de forma inesperada e completamente imprevista, pois os softwares cada vez mais complexos não podem ser testados em todas as suas combinações. Muitas vezes um erro de software não impede o sistema de continuar a dar respostas absurdas aos usuários, que confiam cegamente nas máquinas. A complexidade dos sistemas torna-se maior que a capacidade de análise humana, então softwares igualmente complexos que só podem ser testados se colocados na prática, controlam lança – mísseis, sistemas de metrô e máquinas hospitalares. Resultado. Falhas de software que resultam em perda de vidas humanas.

O IMPACTO SOCIAL DA INTERNET

A principal revolução que está acontecendo no mundo não é tecnológica. É social. O rótulo "de Internet" só se encaixa no que se refere estritamente ao meio, ou seja, serviços e soluções de infra-estrutura, relacionados às tecnologias que viabilizam a Internet. Todo o resto informação, conteúdo, compras, amizade, paquera, construção, imóveis, carros etc, etc, etc... não tem nada a ver com Internet.

Webmail? Chat? Portais? Agenda? Fórum? Comunidades? Isso é Internet? Definitivamente não! O conteúdo da Internet não é "da Internet". É nosso! É das pessoas! É patrimônio da humanidade. Podemos exemplificar isto em algumas simples perguntas:

- 1 - Quanto vale um site que nunca foi acessado?
- 2 - Quanto vale uma loja virtual que não vende?
- 3 - De que vale um fórum, se ninguém posta mensagens?
- 4 - Quanto vale uma sala de chat vazia?
- 5 - Pra que serve uma comunidade com três gatos pingados que nunca se relacionam?
- 6 - Quanto valem 200.000 caixas postais sem uso?

O que faz a Internet valer alguma coisa são as relações que acontecem através dela. Seu valor não é físico. É lógico. Por isso, a riqueza de um site não deve ser medida em hits e pageviews. Deve ser medida em satisfação, fidelização, credibilidade, confiança e permissão. Volume de vendas é um bom critério, mas ainda não é tão palpável. Frequência e permanência talvez sejam os melhores indicadores no momento. Isto sim está relacionado ao comportamento humano.

E como conquistar isso? Como fazer com que o seu público entre, fique e volte para o site?!

Existem mil teorias circulando pela Internet, embora a maioria dos empresários insistam em pensar que é uma solução puramente técnica. Adquirem os melhores softwares e máquinas, torram o dinheiro do investidor em propaganda, contratam um time repleto de MBAs, alcançam picos de acesso, cadastram meio mundo e fazem festa pra comemorar. Daí chega um concorrente

e leva o público embora. O dinheiro troca de mãos... máquinas, softwares, propaganda... sucesso... tombo... é um ciclo.

"Ao contrário do que muitos pensam, a principal revolução que está acontecendo no mundo não é tecnológica. É social. Neste sentido, a Internet não é e nunca será o fim. É simplesmente um meio.

Podemos perceber que a Internet é apenas um meio poderoso, capaz de facilitar e, principalmente, tornar mais clara aos olhos do mundo, uma revolução silenciosa que já vinha acontecendo há muito tempo... E que revolução é esta?! O que está acontecendo ao nosso redor?! O que pode ser mais importante que a Internet nesta virada de século?!

É fácil! Tem a ver com informação, conhecimento, entretenimento e, principalmente, relacionamentos...

Não por acaso, é esse tipo de conteúdo que os sites mais valiosos oferecem. E é nesse ponto que os investidores mais racionais ficam rodando feito baratas tontas, sem saber aonde apostar seu dinheiro. Eles não entendem a verdadeira revolução. São matemáticos demais para entender que, por trás de cada terminal, há um ser humano fascinado com as possibilidades de relacionamento que a Internet proporciona.

Compras, comparações de preço e informações em tempo real. Tudo isso é ótimo, mas o usuário comum não está muito preocupado com isso. Ele gasta 15 minutos lendo as notícias e depois fica mais 5 horas conectado "brincando" e "conversando" com outras pessoas, participando de jogos, promoções, participando de enquetes, enviando comentários...

Muitos sites já evoluíram nesse sentido, mas a maioria o faz pelo "faro", copiando o que dá certo. Quase ninguém percebeu que, por trás de tudo isso, a palavra-chave é "networking"! O segredo está ali... nos relacionamentos humanos... na troca... no espírito de grupo... nas comunidades!

Com a velocidade da informação, só há um meio de sobreviver: participar de uma comunidade. As pessoas perceberam isso e estão se organizando. Agora, falta as empresas saberem se posicionar diante disso. Saberem associar seus negócios à essa realidade.

Como citamos o termo "comunidade", devemos em primeiro lugar, entender o que são comunidades. Como elas se formam? Pra que servem? Quais limites as definem? Qual a diferença entre "ser" uma comunidade e "querer ser" uma comunidade?

As comunidades dependem da Internet? Não!!!!. A Internet apenas facilita a comunicação entre os membros de uma comunidade. Estabelece um ponto de

encontro e oferece ferramentas poderosas de interação, mas as comunidades transcendem a Internet.

Uma verdadeira comunidade é igualitária e democrática. Bem diferente do que se usa por aí, como rótulo. Ela surge do interesse comum pela troca, pela amizade e pelo relacionamento. Não se forma com o objetivo de vender produtos, pois o foco comercial inibe as relações. Pelo mesmo motivo, não podem ser controladas por empresas (ou funcionários de empresas). Elas se formam em torno de uma pessoa (ou um grupo de pessoas) que exercem algum tipo de liderança e influência naquele meio.

Estas pessoas valem ouro. São os famosos "moderadores" ou "facilitadores". São eles que preparam o "clima" adequado para o networking acontecer. E esse é um trabalho essencialmente humano. Existem princípios que um bom moderador deve seguir, mas cada um tem um jeito de fazer. Por isso, não adianta comprar uma comunidade constituída e transformá-la em um negócio...

Saber formar e manter uma comunidade é o segredo da Internet.

A correção na Imagem da Internet

A Internet ganhou uma imagem de criança rica. Que nem imagina de onde sai o dinheiro que tem para gastar. Isso ocorreu graças à quebra de uma bolha, seguida por demissões nas que restaram. Como se não bastasse a reatância da notícia de recessão da economia norte-americana vem bater no Brasil, fechando indústrias e demitindo mais gente. Mas os investidores estrangeiros já consideram o Brasil um dos favoritos dentre os mercados emergentes. Enquanto a Internet passa por uma correção em sua identidade, retornando ao que sempre deveria ter sido. Para atender um mercado que vê na Internet um meio, não um fim. Uma ferramenta, não um videogame.

Se você é marketeiro, seu mercado crescerá, dentro e fora da rede. Não para a propaganda dos desgastados banners, mas para o uso da ferramenta em ações estratégicas para valorizar a marca. Mais produtivas que simplesmente "banear" páginas web. A Internet ajuda a construir a marca que sustenta a imagem da empresa. Que é o que permanece e ajuda a manter mercado em tempos de crise.

Na escassez, as empresas enxugam seus quadros. Quem fica, procura se reciclar estudando. E quem sai também. O que cria demanda para o ensino à distância voltado para o aperfeiçoamento profissional. Mas leia-se aqui educação que acrescenta recheio ao profissional. Em uma economia de guerra, o que se busca é competência. Não basta ter um MBA. É preciso ser um.

As relações de trabalho também mudam. O teletrabalho ajudará empresas a trabalhar sem o monte de empregados "grudados". Um trabalhador virtual economiza gasolina, tempo e encargos sociais. Oportunidade para quem sabe se locomover na rede, na busca e execução de serviços, por sinal, o mais novo perfil desta nova geração de profissionais competentes. Empresas virtualizadas são mais econômicas, precisam de menos espaço, compram e vendem com maior eficiência, atingem mercados onde fisicamente não estão. Sabem gerenciar suas cadeias de suprimentos. Transformar estoques tangíveis em informações intangíveis. Reduzir o time-to-market, agilizar a entrega, economizar, otimizar e lucrar. Alguém precisa continuar construindo a plataforma onde isso acontece. É este o mercado para profissionais de Internet.

Mas é inegável que a onda das empresas.com tenha danificado a imagem da Internet. Uma ferramenta de busca que demorará para ter sua imagem de volta.

O novo profissional de RH

Para lidar com as mudanças que afetam as organizações e se preparar para o futuro, o profissional de RH precisa se focar na vantagem competitiva e ser um parceiro estratégico dos negócios da empresa, o pensamento do profissional dessa área hoje tem que estar adequado a estratégia da empresa.

Como já analisamos anteriormente todos os processos de transformação da "era Internet", e como verificamos que muitos processos foram afetados, destacamos dentre eles o profissional de Rh, uma importante chave do desenvolvimento e de estratégia das empresas que queiram entrar neste "mundo.com"

Através de uma pesquisa realizadas com alguns profissionais de Rh, elaboramos uma espécie de questionário, onde as respostas mais impactantes estão ilustradas abaixo para melhor entendermos como é este novo profissional, quais são seus requisitos básicos e como deve ser o seu perfil e de seus contratados.

Quais os principais desafios que os profissionais de RH enfrentam hoje?

Hoje o mercado exige uma postura cada vez mais proativa e inovadora e o profissional de RH não pode ficar na janela vendo o tempo passar, sob pena de ficar para trás. O profissional de RH deve obrigatoriamente conhecer o negócio da empresa, os produtos e suas aplicações, os clientes, os concorrentes, o processo de produção, enfim, os resultados financeiros da organização.

Qual deve ser, então, o perfil do profissional de RH?

Ele precisa ter competência técnica multifuncional, habilidade interpessoal e política, visão estratégica, criatividade, espírito inovador, foco em resultados, facilidade de comunicação, flexibilidade e auto-energia. Além de estar sempre buscando desenvolvimento através de leituras (jornais, revistas técnicas e gerais), Internet, cursos (gestão e informática), congressos, teleconferências, entre outros.

Qual a importância do profissional de RH para as empresas ?

Satisfação do cliente, receita, produtividade, qualidade e lucro dependem do desempenho dos empregados da empresa. É preciso, portanto, que os funcionários estejam alinhados com os negócios da empresa e cabe ao profissional de RH manter esse elo entre funcionário e empresa, seja trabalhando sua motivação ou preparando-o para gerenciar da melhor maneira as atividades da empresa.

Qual a principal diferença do profissional de RH dos dias de hoje, em relação aqueles de anos atrás?

Antes, o profissional de RH cuidava das questões burocráticas e administrativas no que diz respeito a legislação do trabalho e sindicato. Hoje, além dele precisar ter esses conhecimentos técnicos, precisa também ser mais tático, buscando um ponto futuro para os negócios da empresa, utilizando-se de estratégias para melhorias das atividades e dos negócios da mesma. A maioria das empresas hoje, está delegando as funções técnicas para empresas terceirizadas, cabendo ao profissional de RH assumir o papel de consultor interno que precisa entender dos negócios da empresa, para que possa orientar da melhor maneira possível os funcionários, bem como gerar expectativas, dar direção e influenciar no comportamento do mesmo.

Como é o mercado de RH no Brasil?

A pressão constante pela melhoria na qualidade de produtos e serviços, junto ao desafio de alavancar o processo de qualidade e da necessidade de flexibilidade para lidar com as mudanças constantes, tem feito com que o profissional de RH adquira um grande valor para o mercado de trabalho, já que a maioria das empresas investe nessas melhorias.

Existe alguma diferença entre o profissional de RH da Europa e Estados Unidos e os do Brasil?

Hoje, com o advento da Globalização e Internet, onde as informações nos chegam de qualquer lugar do mundo em tempo real, fez acabar com diferenças do mercado de trabalho, abrindo dessa forma um amplo campo de conhecimento e oportunidades. Por exemplo: Todos nós temos acesso ao tabuleiro de Xadrez, no entanto, somente algumas pessoas saberão fazer os melhores movimentos até conseguir um "xeque-mate". As principais diferenças são referentes aos salários pagos, que são bem maiores que no Brasil, e na legislação.

Qual deve ser o perfil deste profissional e o que ele precisa gostar para trabalhar com recursos humanos?

Ele precisa gostar de se relacionar com as pessoas, gostar de Internet, ter capacidade de vendas e marketing, conhecer desenhos e gerenciamento de projetos, além de possuir facilidade na gestão de negócios.

Como é o dia-a-dia deste profissional?

Ele passa a maior parte do tempo conversando com pessoas, sejam diretores, funcionários ou consultores, desenvolvendo estratégias de melhorias na empresa.

Como está o mercado de trabalho e quais as exigências para se trabalhar com Recursos Humanos?

O mercado ainda está muito carente de profissionais de RH. Existe muitas oportunidades para gerentes e diretores, no entanto, há muita dificuldade em encontrá-los pois os mais experientes não possuem fluência no inglês, o que é fundamental para se trabalhar neste setor, enquanto aqueles que conhecem a língua estrangeira não tem experiências em RH. Isso se dá, pois até bem pouco tempo atrás, não era necessário conhecer outro idioma para trabalhar nesta área. Hoje, devido a Internet e a globalização, torna-se obrigatório o conhecimento de uma segunda língua.

Quais são as dicas para quem pretende atuar nesta área ?

O profissional dos dias de hoje deve trabalhar com atitudes estratégicas e não mais planejamento estratégico. E ao lucro soma-se a felicidade. É assim que o RH do futuro trabalha o hoje. Além disso, ele precisa saber operar os principais software de computador como o Word, Excel, ter fluência no inglês e entender de gestão de negócios em geral.

e-RH

Com as recentes mudanças nos métodos de contratação e retenção de talentos no mercado, surgem novas tendências do futuro da gestão de Recursos Humanos e também, implicam em como isso vai atingir não só aos trabalhadores da área como aos profissionais de um modo geral.

Apresentaremos este tópico também em forma de itens para uma melhor compreensão:

As áreas tradicionais de Recursos Humanos hoje estão sob pressão para:

- Repensar;
- Redefinir;
- Reavaliar papéis

Para isso estão usando experimentos como:

- Terceirização;
- Serviços compartilhados;
- Parcerias estratégicas;
- Responsabilidade na gestão do gerente;
- Outras formas de administração

Ferramentas do RH ao longo das décadas:

Anos 40 - Relações de trabalho e funcionários

Anos 50 - Treinamento

Anos 60 - Compensação/benefícios

Anos 80 - Assistência médica, custo, estrutura da organização, trabalho em equipe e comunicação

Anos 90 - Fusões e enxugamento de pessoal

Para o ano 2000, as expectativas são que:

1. O emprego vai atravessar fronteiras;
2. Organizações continuarão com fusões e aquisições;
3. Funcionários serão transitórios, ocasionalmente profissionais;
4. A força do trabalho em todos os níveis será mais diversificada;
5. Eliminação das barreiras transparentes, preferências sexuais, beleza, obesidade
6. As práticas de compensação serão inovadoras;
7. Os funcionários mudarão seus destinos;
8. Telecomunicação;
9. Os benefícios serão portáteis;
10. A equipes serão um modo de vida.

A carreira de RH atualmente exige que:

- Se tenha um foco maior do que o profissional sabe e é capaz de fazer do que em título e posição;
- Sejam mais parceiros comerciais e participantes do que especialistas funcionais.

Competências do RH:

- Conhecer o negócio como um todo: finanças, marketing, estratégia, operações
- Estar a par das últimas tecnologias de RH;
- Credibilidade: os profissionais de RH devem tornar-se confiáveis pessoalmente;
- Ter exatidão no trabalho e intimidade no relacionamento.

Como eliminar o RH do cenário da empresa:

- Não promova mudanças;
- Não identifique líderes;
- Não entenda o negócio;
- Não conheça os clientes;
- Não controle custos;
- Não enfatize valores.

Portais de RH: A mais nova mania das grandes empresas.

O ambiente de competição que se estabelece nos dias de hoje, o nível frenético de trabalho, no qual não possuímos tempo para checar nossos deveres, nossos serviços, nossa situação e situação da empresa naquele momento.

Algumas empresas de grande porte, estão implementando portais de RH na Internet. Trata-se de um conjunto de informações, produtos e serviços colocados à disposição de todos os empregados on-line e em tempo real, basta o funcionário inserir a senha pessoal e todos os dados relativos ao funcionário estarão na tela.

Os ganhos trazidos por esta iniciativa são visíveis, existem dados das vagas disponíveis na empresa e quais os requisitos básicos para um candidato vir a preenche-la. Existem também, informações sobre a previdência privada e todos os benefícios que a empresa oferece aos seus funcionários. É fácil de se perceber que a "transparência" aos planos de carreira (também disponíveis na rede), ajudam a sistematizar no próprio funcionário os critérios de ascensão dentro da companhia.

Uma empresa competitiva tem de atrair os melhores profissionais do mercado e a transparência da política de gestão é uma arma importante para conseguir trazer e manter os especialistas na empresa. O principal objetivo das empresas quando montam um portal RH é o fato de que este tem que ser percebido pelos funcionários como algo que tenha valor a agregar, e isto se faz com comunicação, racionalização e informatização acessíveis a todos.

As empresas que implantaram, dizem que apesar de um investimento inicial muito grande, os resultados são satisfatórios e impactantes nesta nova "era RH", tanto que se pensarmos de uma forma de cortar despesas, a empresa economiza com gráfica, uma vez que não se usa mais papéis, fax e nem telefone, tudo é feito on-line. Outra questão, é que todos os funcionários passarão por um treinamento (chamado de e-learning).

A questão destes portais é um passo significativo nesta nova era.com, e é um passo que já vem sendo seguido por 1,5% das grandes empresas residentes aqui no Brasil. Em termos práticos, por exemplo de uma empresa de auditoria ou consultoria, a maioria dos empregados estão fora do escritório 86% de seu tempo, o que os impossibilitavam de qualquer contato com o RH de suas respectivas empresas. O fato destes auditores estarem a maior parte de seu tempo com a disposição de Internet, faz com que o portal de RH seja um grande marco, onde estes podem estar resolvendo desde pequenos reembolsos de taxi a promoções importantes de âmbito nacional...

A INTERNET COMO ELEMENTO DE COMPETITIVIDADE

A Internet se apresenta hoje como uma nova mídia para comunicação entre as empresas e o seu mercado. No entanto, ainda não está claro em que grau a Internet tem contribuído para a alavancagem de negócios para as organizações que a utilizam.

A Internet representa um exemplo concreto de virtualização (a) do texto, pelo hipertexto, (b) do corpo, pela alteração das noções de espaço e tempo e (c) da economia, pelas possibilidades de teletrabalho e comércio eletrônico. Dessa forma, o crescimento de comunidades virtuais, a partir da popularização da Internet, se apresenta como um campo fértil de estudo do comportamento humano e das relações sociais em várias áreas, desde a Antropologia à Psicologia, da Economia à Política, da Ciência da Informação à Teoria da Comunicação.

Muito tem sido veiculado nas diversas mídias sobre a explosão da Internet, e muitos aspectos da sociedade passam a ser discutidos com essa perspectiva. O consumo de bens e serviços, o marketing eletrônico, o *home office* e o teletrabalho, o comércio eletrônico, e os serviços de suporte a clientes via correio eletrônico são alguns dos aspectos impactantes da Internet para as organizações, e que vem sendo discutidos cada vez mais nos meios de Administração e de Tecnologia da Informação.

No Brasil, seguindo iniciativas nos Estados Unidos e Europa, espera-se um crescimento significativo nos próximos anos da importância da Internet como veículo de comunicação com o mercado e de aceleração de negócios. As perspectivas de melhoria na malha de telecomunicações somadas à expansão galopante do número de micros conectados animam os anunciantes. No entanto, o consenso entre os profissionais de publicidade é de que as verbas para esse veículo estão menores, os clientes tem um entendimento técnico melhor e há uma exigência maior para provar que o investimento em Internet dá retorno.

Assim sendo, coloca-se a seguinte questão: estarão as empresas realmente conseguindo alavancagem competitiva e aceleração de negócios com o marketing na Internet?

A expectativa de volume de negócios através de comércio eletrônico via Internet é de US\$ 160 bilhões para o ano 2001 e de US\$ 2,3 trilhões para 2010. Assim sendo, trata-se de um fenômeno de real importância social e econômica.

Abaixo, estão resumidamente alguns princípios de alavancagem competitiva com a Internet extraídos do livro: *Nine Essential Principles for Growing Your Business on the World Wide Web*

- i. A qualidade da experiência do visitante no site é mais importante do que a quantidade de visitantes;
- ii. Resultados são mais importantes do que a exposição;
- iii. Os consumidores devem ser estimulados e recompensados por fornecerem seus dados;
- iv. Consumidores preferem produtos ricos em informação;
- v. O auto-serviço é o meio mais confortável para o consumidor.
- vi. Deve haver um sistema de moeda e de trocas próprio para o site.
- vii. O valor da marca é ainda maior na Internet.
- viii. Mesmo empresas pequenas podem competir no mercado global da Internet.
- ix. O site Internet deve se adaptar continuamente ao mercado.

Para entender melhor a aplicação da Internet aos negócios é preciso discutir as relações entre o momento atual, na perspectiva socio-econômica, e o uso da Internet na estratégia de marketing das organizações.

Inicialmente, é preciso considerar o contexto social, econômico e cultural vigente, onde a Internet se encaixa.

Existe uma reflexão geral hoje, nos diversos ramos da ciência e do conhecimento, sobre o fim da *modernidade* - aqui vista como o tipo de organização social que emergiu na Europa a partir do século XVII, no bojo da qual se disseminou a Revolução Industrial - e a transição para uma *pós-modernidade* na qual há um deslocamento de um sistema baseado em manufatura de bens materiais para outro relacionado com informação. Assim, a pós-modernidade estaria se caracterizando por "uma pluralidade de reivindicações heterogêneas de conhecimento". A modernidade já seria caracterizada por discontinuidades, tendo induzido a um rompimento com os tipos tradicionais de ordem social e produzido um ritmo de mudanças com uma aceleração sem precedentes nos últimos quatro séculos. Assim, a pós-modernidade pode ser vista como uma consequência da modernidade, acelerando o ritmo das mudanças, aumentando o escopo da mudança, e terminando uma visão totalizante da História, numa dissolução das grandes narrativas.

Deve-se observar ainda que o dinamismo da modernidade deriva da separação do tempo e do espaço e de sua recombinação em formas que permitem o "zoneamento" tempo-espacial preciso da vida social; do *desencaixe* dos sistemas sociais; e da ordenação e reordenação reflexiva das relações sociais à luz das contínuas entradas de conhecimento afetando as ações de indivíduos e grupos. Isso significa que a dinâmica atual das relações sociais e econômicas - e a noção de que essa dinâmica é diferente daquela encontrada nas sociedades pré-modernas - advém da forma como a sociedade hoje organiza a divisão do tempo. Essa organização influencia a noção atual de simultaneidade, por exemplo, entre a ocorrência do fato e o conhecimento sobre o fato. Assim, graças aos recursos de telecomunicação modernos, é alterada também a nossa percepção de distâncias. Isso influencia a relação entre as pessoas, entre as empresas e até mesmo entre os países.

Diversos fenômenos de alcance mundial estão reestruturando os negócios, como por exemplo a Globalização da economia, alavancada pela Tecnologia da Informação .

Tendo em vista esse contexto socio-econômico, é preciso considerar o ambiente empresarial, hoje altamente competitivo. Ao lado da constatação da competitividade como traço marcante do mercado e da sociedade hoje, é preciso agregar outra: a da interconectividade. Hoje estamos mais interligados ao mundo , aos fatos e às outras pessoas do que nunca, pela multiplicidade dos meios de comunicação, como jornal, rádio, tv, telefone, e mais recentemente pela Internet.

Isso leva à percepção de novas noções de vizinhança e simultaneidade, num novo dimensionamento do espaço e do tempo. O próximo já não é o que está geograficamente próximo, mas aquilo que a nós está conectado por alguma via de comunicação. E hoje estamos numa era em que todos , por uma mídia ou por outra, estão conectados a todos. E , por outro lado, a percepção do simultâneo é alterada pela instantaneidade com que nos chegam as informações. Assim, temos esses três elementos marcantes do contexto mundial atual: a competitividade, a conectividade e a alteração da percepção sobre o espaço-tempo. Há então um quarto elemento que devemos considerar, que é o dinamismo das mudanças.

Um quinto elemento a compor esse cenário é o advento de uma "cultura da inovação tecnológica". A Tecnologia passou por uma trajetória histórica, desde que se tornou um sistema de apoio às tradições da cultura, até que passou a competir com elas, criando uma ordem totalitária. A Tecnologia passa então a redefinir o que entendemos por arte, política, história, verdade, privacidade, etc. Assim , cria-se um sistema de "tecnopólio", onde a tecnologia se sobrepõe às instituições sociais, tornando-se autojustificada, autoperpetuada e onipresente.

Todo o desenvolvimento tecnológico - e a Internet como parte disso - se insere então nessa perspectiva cultural, em que a inovação se torna um fim em si mesma, numa eterna busca por superação das capacidades existentes.

Então esses cinco elementos - competitividade, conectividade, proximidade/simultaneidade, aceleração das mudanças e inovação tecnológica - se interrelacionam e influenciam fortemente as sociedades e, no que interessa a este estudo, as organizações. As empresas precisam hoje se ajustar globalmente a esse novo contexto.

A Administração atual defronta-se com uma miríade de novas e mutantes circunstâncias, muitas vezes fora de seu domínio:

- A diversidade de produtos aumenta até em pequenos segmentos de mercado.
- A competição mundial aumenta.
- Os mercados ficam tão segmentados que os nichos se tornam soberanos.
- As distinções entre produtos ficam pouco nítidas.
- Os ciclos de vida de produtos são acelerados.
- Os canais de distribuição estão em fluxo constante, sendo um fator importante na facilitação ou no obscurecimento da relação com os clientes.
- A mídia promocional tradicional amplifica o nível de ruído e não consegue comunicar mensagens claras.
- As organizações diminuem e se reestruturam, procurando novas formas de fazer negócio.
- O ambiente de negócios e o curso dos eventos são imprevisíveis.
- O planejamento e as pesquisas de mercado não proporcionam um caminho nítido.

Nesse tipo de ambiente competitivo, produtos e serviços customizados maciçamente possibilitam às companhias obterem vantagens nos seus mercados atuais através do atendimento às vontades e necessidades dos consumidores individuais e possibilitam aumentar as vantagens através da inovação constante. Nesse sentido, serão de interesse aqueles meios de comunicação com o mercado que possibilitem um avanço na direção da customização de massa.

É como um meio desse tipo que a Internet tem despertado o interesse das organizações em todo o mundo. Assim sendo, é preciso considerar o uso da Internet na estratégia empresarial.

Para vários autores, a Internet representa um novo tipo de raciocínio econômico, diferente do tradicional. Ao invés de se basear na noção de escassez de recursos, o raciocínio econômico dos negócios na Internet se condiciona pelo excesso na oferta de informações. A Internet é um mundo sem fronteiras no qual a localização física de uma empresa fazendo negócios tem pouca importância. Apesar dos esforços feitos nesse sentido, a economia baseada na Internet resistirá às tentativas dos governos nacionais de controlá-la e regulá-la. Caberá a

cada cidadão do mundo escolher o que ver e o que fazer. Nesse sentido, uma economia de mercado totalmente livre tem sido considerada possível apenas teoricamente; a Internet a torna possível na prática pela primeira vez.

O rompimento das barreiras nacionais, no bojo do processo de Globalização e propiciado também pela Internet, já vinha sendo indicado. A modernidade é inerentemente globalizante. Para diversos autores, a globalização pode ser definida como a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes, de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa. Assim sendo, pode-se perceber o papel da Internet como elemento de comunicação global neste momento.

É conveniente lembrar ainda que se o capitalismo foi um dos grandes elementos institucionais a promover a aceleração e expansão das instituições modernas, o outro foi o estado-nação. Isto ressalta o conflito entre formas tradicionais de se fazer negócios e os novos princípios econômicos do momento atual.

Por outro lado, é importante ressaltar uma intensificação da cultura do efêmero, em setores nos quais o problema não é tanto a falta, mas o fato de o que se possui torna-se a cada instante obsoleto ou fugaz. As identidades se organizam hoje tanto a partir dos símbolos nacionais como em torno daqueles produzidos pelo cinema, pela televisão e pelos *designers* de moda. Na percepção das pessoas, as suas questões e angústias são respondidas mais pelo consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa, do que pelo exercício da política e da cidadania.

Um outro ponto a ser observado no impacto da Internet nos negócios, é a mudança na própria forma de fazer negócios. O comércio eletrônico e a tecnologia da Internet têm sido apontados como sinais de uma nova era do capitalismo no mundo por vários autores.

A Internet e outras mídias alternativas têm atraído cada vez mais adeptos e estão condicionando novas estratégias de marketing. A Internet é uma mídia alternativa que não pode ser ignorada por uma de suas principais vantagens ser a interação forte entre a empresa e o consumidor. A Internet oferece um meio de baixo custo de enriquecer de informações os produtos e serviços oferecidos. Nesse sentido, a Internet tende cada vez mais a ser usada como uma fonte de informações para os consumidores sobre preços, serviços e disponibilidade dos produtos. Os próprios executivos consideram hoje a Internet indispensável, tanto para a produtividade pessoal quanto como facilitadora de negócios para a empresa.

O Marketing naturalmente está tendo um papel fundamental no posicionamento das empresas na Internet. Nesta nossa sociedade saturada de informação, comunica-se muito pouco. E a empresa precisa criar uma posição na

mente do cliente em potencial. Uma posição que leve em conta não só os pontos fortes e fracos da própria empresa, como também os concorrentes. Mas a Internet apresenta importantes diferenças para as mídias tradicionais, sendo um meio inteiramente novo, extremamente poderoso, onde as antigas regras de redação, marketing e etiqueta social não se aplicam. Para fazer marketing on-line, deve-se aprender o que é e o que não é compreensível; o que vende e o que não vende; e o que é e o que não é aceitável.

Transição do mercado para o pontovom

No que diz respeito a emprego, a palavra final foi, é e sempre será do empregador, ou melhor, os desejos dos capitalistas e dos empreendedores são sempre os mesmos, por isso, numa visão pragmática, a análise de uma oportunidade de emprego não deve ser sobre como se transformar num profissional perfeito sob o ponto de vista técnico, mas como satisfazer aos anseios dos empregadores.

A frase acima citada é mais do que perfeita para descrever parte da "onda.com" que existiu, muitos profissionais ficaram admirados e hipnotizados mediante às tão tentadoras ofertas de trabalho, as quais propunham salários enormes com benefícios ainda maiores e uma projeções ainda maiores. Uma vez hipnotizados, os profissionais esqueceram do que foi dito em nosso primeiro parágrafo, que a vontade predominante é sempre a do empregador, ou seja, esperam-se resultados, algo que foi difícil de se atingir levando em conta um mercado jamais visto anteriormente. O mercado após ter recebido um bombardeamento de investimentos estagnou. Em breve a mudança de perfil dos investidores do setor terá acabado e as possibilidades comerciais da Internet serão conhecidas o suficiente para que seja possível manter o curso e avaliar resultados nas mesmas bases por anos. O Brasil tem aprendido a lidar com a Rede em velocidade muito maior que outras nações, e em cinco anos de e-commerce já contamos com iniciativas que são referência mundial.

Uma das principais preocupações é com o êxodo de executivos de áreas tradicionais, com vasto feeling e experiência junto ao mercado outnet, como solução preferida para o setor pontocom. Afinal, por não conhecer as especificidades do mercado pontocom, os investidores continuam confiando apenas em quem já mostrou sua competência. Mas mostrou sua competência na economia tradiciona

Não sabendo avaliar seus candidatos e seus empregados os investidores acabam colocando nos mais altos postos de comando pessoas totalmente comprometidas com paradigmas paralelos ao da comunidade internauta, o que gera ainda mais idas e voltas.

Mas quem é o profissional pontocom perfeito se características de representantes da economia convencional continuam sendo indispensáveis?

Tanto para avaliar quanto para se preparar, não podemos esquecer de algumas prerrogativas básicas que misturam um pouco do mundo real com o virtual: o profissional pontocom precisa ter a preocupação e competência necessárias para garantir a sustentação econômica do empreendimento em que esteja envolvido bem como para buscar e obter lucros que compensem o risco; ele precisa conhecer as peculiaridades do mundo do e-business tanto no que diz

respeito às práticas e regras de relacionamento quanto no que se refere às possibilidades de benefícios reais, como por exemplo redução de custos, ganho de eficiência e acesso a novos mercados

Aos executivos de longo curso da economia tradicional, sugiro que não subestimem as diferenças entre o mundo real e o mundo virtual e que não tentem de forma alguma se limitar a ajustar os recursos da Internet às necessidades imediatas da empresa. Isto seria como contratar um neuro-cirurgião altamente gabaritado para curar um resfriado comum. De uma forma ou de outra, seja estudante, acadêmico, profissional ou investidor, o caminho é o mesmo: aprender a lidar com a nova economia e entendê-la cada vez melhor.

AS NOVAS CARREIRAS DA INTERNET

É preciso abrir os olhos e compreender antes que seja tarde, o significado e o potencial da WEB. Parece uma escolha, mas na verdade não é: Quem não se entender com a economia digital, a partir de agora, corre o sério risco de ficar para trás. No ano passado, o comércio eletrônico global movimentou cerca de 55 bilhões de dólares. Existem sites em que os fabricantes não tabelam mais os preços de seus produtos, é o cliente que decide quanto vai pagar por eles.

O fenomeno acima citado é o que podemos chamar de nova economia, com novas profissões, novos postos de trabalhos e novas exigências para as carreiras tradicionais. Deste "fenomeno" acima citado, chegamos a uma breve conclusão: Todas as funções das organizações, inclusive o nível de emprego, vão mudar nos próximos cinco anos. Em breve, tudo vai virar informação. Todos os produtos e serviços imagináveis estarão disponíveis na rede. O que, nos fornece uma segunda conclusão decorrente da primeira: De uma forma ou de outra, faremos parte deste processo.

Conforme estatísticas e dados apontados, não se sabe exatamente como será este processo, existem apenas algumas pistas. Com a internet, todo o mundo que está plugado na rede tem o mesmo acesso às mesmas informações, e a partir daí vai fazer diferença o profissional que souber o que fazer com elas.

"Interatividade" é sem dúvida, uma chave importante da nova economia, apenas quem se adaptar a esse novo ambiente é que vai ter projeção nas empresas.

Mas a partir daí surge uma questão que nos preocupa: É preciso ser um gênio da informática para acompanhar tudo isto? A resposta é não. É preciso evidentemente de uma ajuda por partes mais especializadas, mas sobretudo, é necessário "pegar o espírito da coisa". É preciso entender que estamos diante de um novo conceito, que exige uma nova mentalidade. É preciso abrir a mente e tentar pensar digitalmente.

"A Internet deixou de ser algo da área de tecnologia", diz Adriana Pontes, Gerente de Internet. Assim como podemos ver no depoimento da Adriana, a Internet faz parte de todo um processo, ela deixou de ser uma mera ferramenta passando a fazer parte das estratégias das empresas.

Há cinco anos, o cargo que Adriana tem hoje nem existia. Muita pouca gente, no Brasil ou no mundo, sabe exatamente o que faz um gerente de Internet. E, assim como a gerência de Web, muitas posições estão surgindo e muitas ainda estão por surgir. Há oportunidades em quase todas as áreas e lugares, desde as empresas que já enfrentam a concorrência digital até aquelas que, mesmo sem ter sequer um site, sabem que não podem ficar fora disso.

Tudo é muito novo, tão novo que ninguém chegou a um acordo sobre que nome dar às funções que já estão sendo exercidas. Às vezes, nem o próprio funcionário sabe que nome dar ao que ele faz. Há muitas (e cada vez mais) carreiras e profissões nascendo com a Internet e a nova Economia. Muitas já existem no Brasil e serão rapidamente descritas:

Webmaster

Originalmente, o Webmaster era o profissional responsável por colocar e manter as páginas no ar. Mas nos dias de hoje, ele idealiza os sites, gerencia o conteúdo e procura fazer com que seja o mais eficiente para a atividade da empresa.

O cargo requer três habilidades fundamentais: Conhecimento técnico, criatividade e visão estratégica do negócio. O profissional tem que interagir com os diferentes departamentos para ver quais as necessidades de cada um e quais as informações mais importantes para colocar no site.

Gerente de atendimento ao consumidor

Mais do que ouvir reclamações ou anotar sugestões, os responsáveis pelo atendimento tem um papel cada vez mais importante nas estratégias da empresa. Existem empresas onde o contato com os internautas via E-mail é fundamental para que eles se tornem fiéis, o E-mail é um instrumento poderoso de relacionamento com os clientes.

Toda a relação com os internautas tem que ser rápida e de forma muito dinâmica, onde uma resposta mal explicada por parte da empresa, pode se espalhar rapidamente em forma de piada por este Internauta.

Gerente de comércio eletrônico

O papel de gerente comercial também está mudando com a entrada da Internet num número cada vez maior de negócios. O gerente comercial tem que entender do negócio do seus clientes e parceiros, bem como seus processos internos. Só assim poderá melhorar a colocação de pedidos para atender às necessidades de cada um.

Além de cuidar do atendimento aos clientes, ele cuida das negociações com as empresas que vão colocar seus produtos nos mais diversos sites. Ele também, procura definir os melhores canais para atingir as empresas e as melhores formas de captar clientes.

Hacker Ético

O hacker é um genio da informatica que sabe melhor do que ninguém como furar os sistemas de segurança das empresas para obter informações sigilosas. Devido à este conceito, o hacker tornou-se uma imagem negativa dentro das empresas, mas atualmente toda esta habilidade está sendo usada para fazer o bem. Muitas empresas começam a procurar os hackers para testar a vulnerabilidade de seus próprios sistemas. Bancos e administradoras de cartão de crédito são os primeiros a procurar os hackers

Gerente de logística de comércio eletrônico

São as pessoas responsáveis por "apenas" atender milhares de consumidores que fazem pedidos por produtos a qualquer hora do dia, de qualquer lugar do planeta, a situação ainda complica quando esta empresa vende vários produtos diferenciados, como é o exemplo dos supermercados e livrarias.com

Para desempenhar bem essa função, além de entender muito bem de logística e de Internet, é fundamental ter um enorme senso de organização.

Administrador de banco de dados

Antes, este administrador era responsável apenas por decidir quais as melhores formas de armazenar dados e quais os programas mais eficientes. Hoje, ele deixa de ser um técnico e desempenha um papel cada vez mais importante no negócio da empresa. Passou a analisar de forma inteligente as informações que o site oferece. Se ele souber como usar as informações, poderá planejar de forma mais eficiente uma estratégia de lançamento de um produto ou uma campanha publicitária que fale direto ao publico alvo

Há vários cargos, carreiras e profissões ligados à internet que, embora já existam nos USA, ainda devem demorar um pouco para chegar no Brasil. dentre estes cargos, podemos destacar:

Líder da organização virtual:

Dirige on-line um grupo de trabalho que está fazendo algum projeto específico. Ele pode reunir um time de experts de todas as partes do mundo para atingir suas metas. Quando a tarefa está pronta, a quipe se desfaz e o líder assume outro projeto.

Gerente de consumo

Monitora os responsáveis pelo conteúdo do site e os técnicos para que eles desenvolvam formas eficientes de tornar as compras on-line melhores e mais fáceis. Hoje sua função é desempenhada por funcionários da área comercial, mas com o tempo provavelmente será uma especialização à parte.

Programador de TVs interativas

Será responsável pela integração entre televisão e Internet. Em um futuro bem próximo, a televisão será a forma mais comum de acessar a Web.

Especialista em convergência de tecnologias

Assim como haverá necessidade de juntar Internet à televisão, muitas empresas começam a procurar um profissional que saiba casar telefonia e vídeo com a rede. Ele deve entender dos sistemas usados pelas operadoras de telefonia e também de transmissão de imagens via Internet.

Dicas de como ser um profissional.com

Através de um livro, descobrimos o autor Al Siebert, que esteriotipou o novo profissional, ou seja, o profissional.com.

Al Siebert, autor de The Survivor Personality (A Personalidade do Sobrevivente), descobriu que os sobreviventes (pessoas que se envolvem sem querer em grandes desastres) ganham forças com a adversidade. “É a forma que uma pessoa reage às situações que determina sua sobrevivência”, diz Siebert. As características de alguém com grandes chances de sobreviver num desastre são:

- 1) Flexibilidade:** a capacidade de se adaptar sem quebrar.
- 2) Senso crítico:** uma grande vontade de que as coisas funcionem corretamente. Pouca tolerância a coisas que estão erradas.
- 3) Empatia:** capacidade de identificar os sentimentos, pensamentos e atitudes das outras pessoas.
- 4) Criatividade:** a habilidade de resolver problemas usando a imaginação.
- 5) Resistência:** o poder de voltar a ficar em pé, mesmo quando derrubado várias vezes.
- 6) Curiosidade:** vontade de saber, aprender e compreender.

Note que estas mesmas características podem perfeitamente descrever uma pessoa de sucesso. Além da resistência o mais importante de tudo seja a curiosidade o aprender a aprender.

aprenda a aprender

O novo profissional da era.com se enquadra dentro destes requisitos:

Valorize conhecimentos ‘não técnicos’:

Se o futuro é menos previsível do que era antes, habilidades lógicas e analíticas já não são mais suficientes para garantir o sucesso. Num ambiente de incertezas, a imaginação e a flexibilidade passam a ter cada vez mais valor. O profissional fica cada vez mais apto a ensinar e a interpretar uma informação e argumentar a favor ou contra um ponto de vista.

Questione – procure novos ângulos:

No dá para pedir criatividade dos funcionários se o treinamento é feito sempre igual, quadradinho, numa sala sem janelas, com ar-condicionado e luz artificial. Como diria um filósofo empresarial, você tem que sair e deixar as oportunidades atingi-lo.

Sintonia fina constante:

Aprender deixou de ser um evento. Tanto que os departamentos de RH antes pensavam em número pessoas na cadeira, em alguma sala de treinamento da empresa ou hotel. O treinamento era dado e pronto – que venha a próxima turma. Continuidade, nem pensar – não havia nem tempo nem dinheiro para isso. Mensuração de resultados práticos somente em casos raríssimos.

Prefira a substância:

O profissional tem que entender de tecnologia. Sem dúvida alguma, grandes novidades serão lançadas nos próximos anos que revolucionarão a maneira pela qual se aprende – a forma em que processamos, arquivamos e posteriormente utilizamos as informações arquivadas. Mas cuidado: todos tem a tendência a apaixonar-nos pelo ‘brilho’ – pelo que está na moda, pelo que todo mundo está comentando. Foi o que aconteceu com a Internet. Todavia, na hora de trabalhar realmente, as pessoas não querem brilho – querem conteúdo, substância, conhecimento – de preferência, organizado de forma que a informação sendo procurada seja encontrada de maneira fácil e rápida.

Muita gente enfatiza mais as ferramentas caras do que os resultados. O segredo é aproveitar a quantidade enorme de ‘consultores’ disponíveis gratuitamente: Colegas, a Internet, listas de discussão. E o melhor de tudo é que essas ferramentas gratuitas permitem a atualização contínua – é fácil saber o que está funcionando e o que não está. Importante mesmo é aprender.

Comunicação eficaz:

É fundamental saber trabalhar em grupo: além de saber trabalhar com a informação e usá-la para tomar decisões, o profissional precisa também entender as perspectivas das outras pessoas - como elas se comunicam e como tomam decisões.

Conhece a ti mesmo:

O profissional conhece suas fraquezas? Quando este é honesto consigo mesmo sobre suas fraquezas, e está disposto a dedicar-se a trabalhar para melhorá-las, acaba trilhando o caminho para o sucesso.

1. Deixe os eventos mudarem você: Você deve estar disposto a crescer. Crescer é diferente de algo que acontece com você: você produz o crescimento. O pré-requisito para o crescimento é estar aberto para as experiências de novos eventos e a disposição para ser transformado por eles.
2. Capture acidentes: a resposta errada é uma resposta certa procurando uma pergunta diferente. Colecione respostas erradas como parte do processo de aprendizagem. Depois faça perguntas diferentes.
3. Faça perguntas estúpidas: O crescimento é alimentado pelo desejo e pela inocência. O importante é a resposta, não a pergunta. Imagine passar pela vida aprendendo na velocidade em que aprendem as crianças.
4. Coloque-se nos ombros de alguém: Você pode viajar muito mais longe carregado pelas conquistas daqueles que vieram antes de você. E a vista é muito melhor.
5. Repita-se: Se gostou, faça de novo. Se não gostou, experimente mais uma vez.
6. Crie novas palavras: Novas condições exigem novas maneiras de pensar. Novos pensamentos exigem novas formas de expressão. Novas expressões criam novas condições.
7. A criatividade não depende de artefatos: Esqueça tecnologia. Pense com seu cérebro.
8. Viaje: O mundo é muito maior do que a tela da sua TV, ou a Internet.
9. Cometa erros mais rapidamente: Esta idéia é emprestada, provavelmente do Andy Grove.
10. _____ : Esta nós deixamos intencionalmente em branco. Deixe sempre um lugar para suas novas idéias, e as novas idéias das outras pessoas também.

Basta um clique

Conforme já analisado, a Internet veio para impactar completamente o mundo em que vivemos nos dias de hoje, passamos por profundas mudanças sociais, culturais, sofremos inúmeros impactos, o mercado de trabalho passou por inúmeras transformações...mas algo muito de bom ocorreu..o mundo se tornou mais prático e mais rápido, hoje podemos levar uma vida inteira sem sair de nossas casas.

O uso da Internet no trabalho cresceu de uma forma que assusta, muitos novos empregos foram criados, muitas necessidades foram criadas e ao mesmo tempo surgiu um mercado potencial para cada uma destas novas necessidades.

Muitos pensam que a Internet veio para retirar o emprego de muitas pessoas, infelizmente, este é um pensamento errado. A Internet, até Abril/2001 mais criou do que tirou. O que vem causando desemprego é a globalização e por consequencia o avanço das tecnologias, onde apartir destes "quesitos" basicos, o mercado passo a exigir uma maior qualificação de seus profissionais, algo que infelizmente ainda não é suprido pela educação brasileira.

A internet veio para ficar. Muitos empregos surgiram, muitas pessoas passaram a trabalhar em casa, muitas pessoas começaram a usar o micro para ir até o supermercado, fazer compras em shoppings, reservar passagens,..., enfim é possível fazer tudo dando apenas um clique. Apenas para se ter uma pequena noção, existem supermercados que empregaram aproximadamente 60 pessoas para compor sua equipe on-line, sem ter que demitir nenhum empregado já residente. É assim com a grande maioria das empresas.com, muitas surgiram de uma necessidade, ou seja, não precisaram demitir ninguém, pelo contrário, só contraram. Outras empresas, as que já existiam, expandiram seus horizontes e alcançaram um novo publico, um publico que antes não fazia parte de suas estratégias, sendo preciso assim implantar uma nova infra-estrutura

Dentre todas estas novas empresas que surgiram nos ultimos dois anos, encontramos em maior escala: Empresas que selecionam currículos, portais de informações gerais, Alistamento militar, Vendas de passagens (aéreas, onibus,...), reserva (ingressos para shows, jogos, festas), redes hoteleiras, compras de supermercado, agencias de namoro virtuais, portais com a finalidade de comunicação (e-mails), agencias especializadas em treinamento e seleção à distância, bibliotecas virtuais, serviços bancários, portais regionais de acesso (consulta de festas, bares, cinemas,...), radios virtuais, lojas (CD, óculos, remédios, papelaria, etc), vendas de veículos, alugueis de carro, etc

Abaixo, detalharemos um pouco mais algumas das empresas da "nova economia":

Empresas especializadas em reservas

A venda de passagens aéreas e a reserva de hotéis pela internet já movimentam mais de bilhões fora do Brasil. Por aqui, os negócios estão cada vez mais lucrativos. É bom analisar, fora praticidade de se estar reservando algo dentro de sua casa ou escritório, vc pode ver, no caso, por exemplo de um hotel, várias fotos deste atualizados semanalmente dentro dos sites especializados.

Para que vai viajar, a Internet oferece a possibilidade de comprar passagens mais baratas, de escolher os melhores hotéis e de ler histórias de viajantes. O preço das passagens e dos quartos passa a depender diretamente da oferta e da procura, não apenas do humor dos agentes de viagens.

Para as companhias aéreas, a rede permite esticar os tentáculos dos sistemas computadorizados de reservas, antes usado apenas nas agências de viagens, até os usuários finais. Trata-se de uma ferramenta poderosa nestes tempos em que o lucro cada vez mais depende da capacidade de prever a demanda por assentos nos aviões, de modo a não deixa-los vazios(Conforme dados, a AMR, holding que controla a American Airlines, aumentou a receita apenas em 3,4% no ano passado, o SABRE, seu sistema de reservas, que funciona apenas por Internet, aumentou seu faturamento em 29,3%)

Para as agências de turismo, a Internet significa um grande desafio: elas precisam se reinventar. Precisam deixar de vender apenas passagens e quartos de hotel e passar a vender informação, a atuar como verdadeiras consultorias de viagem que agem em prol do consumidor.

É bom ressaltar que nos Estados Unidos, a venda de passagens pela internet, representa 1,7% de todos os gastos dos americanos com viagens de lazer e negócios, enquanto que o Brasil fica na casa de 0,3%. Estima-se que serão necessários mais três anos para que o Brasil atinja o nível americano.

No que se refere a empregos, este setor é responsável por um alto índice de admissões, foi um mercado que cresceu muito, não parou e está longe de parar. As perspectivas indicam para uma estagnação futura, mas não acarretará em demissões, uma vez que o mercado tem muito espaço para crescimento, e junto a isto, o setor de hotelaria e turismo no Brasil se encontram em plena ascensão.

Empresas de Consultoria

Programas livres são aqueles disponíveis na Internet e que podem ser copiados, sem nenhum custo. Encontrar o mais adequado às necessidades da empresa, no entanto, é uma tarefa complicada, pois são mais de 15 mil. É por isso

que hoje encontramos várias empresas especializadas em acessar outras empresas com os recursos que existem disponíveis em toda a Web.

A política de negociar pela internet se tornou um hábito, para as pequenas e micro empresas, representa economia de tempo e dinheiro. Pela rede é possível obter de graça produtos e diversos serviços, como os programas gratuitos. Na busca de clientes que necessitam de agilidade e economia para clientes e parceiros, as empresas oferecem suporte para diversas atividades. Estes "programas disponíveis", são chamados de "open sources", e em um curtíssimo prazo, facilitam a administração, tornando as empresas mais competitivas, por causa da redução dos custos e da maior velocidade no processamento de informações e comunicação.

Conforme estatísticas, a partir do momento em que se presta este novo tipo de consultoria, as empresas chegam a reduzir cerca de 20% a 90% nos custos com softwares similares comprados em lojas.

O processo de consultoria, que surgiu de uma necessidade básica das empresas regidas pela tecnologia, está crescendo a um nível de 4,6% ao ano, um número atraente, uma vez que o serviço prestado era inexistente há 3 anos atrás. Podemos falar, que há uma tendência irreversível na utilização da informática como peça fundamental na administração, com conexões dedicadas, e exclusivas, à internet, bastante utilizada nas grandes corporações, e que, até 2010, será uma necessidade também para as pequenas empresas.

"O Exército se alista na Internet"

Parece até uma piada, ao pensarmos em na figura do exército, imaginamos uma estrutura extremamente descentralizada e arcaica, pensamos em um sistema extremamente ultrapassado. Engano nosso. O ministério da defesa está investindo 600.000 dólares em um sistema de logística totalmente baseado na internet, que irá interligar as mais de 700 unidades do exército espalhadas pelo país. A meta é tornar mais eficiente o controle de materiais, como toneladas de alimentos e munição, que tem prazo de validade e podem se transformar em volumosos prejuízos caso não sejam administradas corretamente. Outra intensão é aumentar a segurança dos estoques de armas, com a finalidade de se controlar o intercambio destas para o crime organizado.

Supermercados

Hoje, podemos dar um clique com o mouse e em aproximadamente duas horas, a compra do mês estará em nossa porta. Milagre? Não, Internet!

O setor de supermercados, com foi sem dúvida o segmento que mais empregou e mais cresceu nestes dois últimos anos. Foram contratados mais de

20.000 pessoas para compor a equipe.com em todo o Brasil. Graças ao avanço de tecnologia e ao número cada vez maior de micros conectados à Internet, as pessoas não mais precisam sair de casa naqueles dias de chuva, ou mesmo quando a geladeira estiver vazia e sua saúde péssima.

A questão da praticidade, é o fator decisivo na hora de apertar o mouse, os supermercados vieram com tudo. Muitas empresas.com de supermercados chegaram a fechar por causa da concorrência das maiores, mas em pouco tempo, estas empresas que tinham acabado de fechar se uniram e criaram o maior portal de supermercados online, o AMELIA.COM, que atinge um faturamento de milhões de dólares ao mês.

As redes de supermercados.com, são responsáveis por um número elevado de funcionários, pois envolve pessoas desde a contagem do pedido, quanto a seleção dos produtos, o controle do contas a receber e contas a pagar, as pessoas de logística, as pessoas de custos,..., enfim, estas empresas estão se tornando empresas de grande porte e estão ajudando ou melhor, implementando o faturamento dos supermercados "originais". Os supermercados.com usufruem de uma tecnologia de ponta e precisam de constantes atualizações, manutenções, e acompanhamento direto dos níveis de produtos nas prateleiras.

É importante ressaltar que devido à série de implementações necessárias para a manutenção destes sites, os controles dos próprios supermercados estão evoluindo de acordo com estes sites. Toda a tecnologia, sistemas e procedimentos utilizados nos sites estão sendo aplicados nos supermercados, estão sendo aplicados nos controles de produtos. Neste e muitos outros casos, podemos falar que sem contar com toda a oferta de emprego criada, os supermercados estão aprendendo a ter um controle mais rápido e mais rígido de seus produtos, ao mesmo tempo em que todos os custos de pesquisas e implantações estão sendo barateados.

Seu emprego na internet

"A Web já tem cerca de 28 500 sites que recebem currículos. Há vagas para todos - de trainees a presidentes de empresa. Uma delas pode ser sua". Este é o mais novo slogan das empresas recrutadoras dentro das empresas.com

Para explicar o papel das empresas.com na área de currículos, vamos citar o exemplo de um tipo trabalhador.

Em meados de agosto, João deixou de ser diretor-geral de uma empresa de telecomunicações para ser gerente de uma das áreas de uma grande multinacional de informática com base em São Paulo. Por que ele, um homem de 36 anos que sempre trabalhou com tecnologia, folheava há horas páginas e páginas de papel carregado de tinta, com tesoura numa mão e caderninho de

anotações na outra? Se estava atrás de uma empresa de informática, o mínimo que tinha a fazer era falar a mesma língua. Jogou tudo no lixo, ligou o computador e entrou na Internet. Navegou por uma profusão de sites de emprego, no Brasil e no exterior. Pesquisou também o endereço eletrônico dos principais headhunters e das empresas que lhe interessavam. Selecionou uns vinte. Entrou em cada um deles e deixou o currículo. "Gastei em cada site cinco minutos, em média, para resumir treze anos de carreira", diz João

Em menos duas horas seu currículo estava dentro das maiores empresas de todo o mundo, e em menos de 3 semanas, João era funcionário de uma destas empresas.

A seleção por Internet, é um processo irreversível e que vai se consagrar como o meio mais eficiente para empresas encontrarem candidatos e candidatos encontrarem empresas

Depois de livros, CDs e vídeos, entre uma infinidade de outras coisas, há mais um produto à venda na Web: As pessoas. Seus currículos, a partir de agora, é uma mercadoria que pode ser oferecida, simultaneamente, em centenas de sites de busca de emprego, de headhunters ou de empresas.

No Brasil, aos poucos, isso começa a acontecer. Nos Estados Unidos, encontrar um emprego na Web já faz parte da vida real - atualmente existem cerca de 2,5 milhões de currículos de profissionais americanos circulando pela rede. Mais: quase metade dos gerentes que mudaram de emprego neste ano nos Estados Unidos o fizeram por intermédio da Web. O nível dos profissionais envolvidos é também muito mais amplo. Há inúmeros casos de diretores e até vice-presidentes que receberam propostas, negociaram o passe e foram contratados pela Internet. Estamos às voltas com um real fenômeno, uma nova realidade do mercado de trabalho. Daqui a pouco ela chega aqui, no Brasil, com toda a sua força.

A Internet, nunca é demais lembrar, é o mais fabuloso canal de comunicação (para qualquer um, em geral) e de aproximação (entre vendedores e compradores, em particular). Chega, instantaneamente, onde quer que haja um computador e um telefone, na esquina ou do outro lado do mundo. Quase qualquer dado - do mais recente artigo sobre o acasalamento das borboletas egípcias a vagas para dentistas canhotos - pode ser pesquisado, encontrado e acessado com uma rapidez incomparável. Sem a Internet, procurar emprego pode ser uma saga. Com ela, na pior das hipóteses, o esforço é muito menor - basta preencher um currículo eletrônico, apertar "send" e, pronto, num segundo lá está você a um clique de distância de uma oportunidade de emprego. Além da facilidade, isso representa uma economia de montes de papel, de uma enormidade de tempo e, em consequência, de muito dinheiro, para candidatos e empresas.

De acordo com um levantamento recente da revista Fortune, das 500 maiores empresas do planeta, pelo menos 45% já contratam pela Web (não só pela Web, mas também por ela). No ano passado, eram apenas 17%. No próximo ano, devem ser cerca de 70%. Pense nisso: quando, em que outra época da História, você teria 70% das maiores empresas do mundo abrindo suas portas ao mesmo tempo para receber o seu currículo? Nunca - e, se isso parece muito, saiba que não é nem o começo. Estima-se que existam hoje nos Estados Unidos cerca de 28 500 endereços eletrônicos que recebem currículos, um número que não pára de crescer. Além das empresas que se abrem diretamente para o envio de currículos, há ainda os sites de headhunters, de consultores de outplacement (ou de recolocação de executivos) e, principalmente, os sites independentes, que prestam serviços para quem está procurando emprego. São endereços como monster.com, careerpath.com, carrermosaic.com, jobsearch.org e headhunter.net, entre dezenas de outros.

Para ter uma idéia do sucesso desse tipo de iniciativa, apenas em março deste ano o monster.com, o maior de todos os sites de empregos na Web, recebeu a visita de 2,1 milhões de pessoas à procura de trabalho ou de empresas em busca de candidatos. É quase uma visita por segundo.

Nesta nova onda internética, as empresas são muito mais do que simples receptoras de e-mails, elas estão cada vez mais dinamizando seus sites para acelerar tanto a busca do suposto candidato, quanto a seleção destes por níveis requeridos. Segue, um exemplo de como as maiores empresas de currículos na internet operam para alguns cargos de elevada importância

Na posição dos operadores dos sites, eles recebem a proposta de uma empresa que deseja obter um determinado profissional com um perfil específico. Em primeiro lugar, o operador digita o que quer, clica em "procura" e, em segundos, aparece o nome de, digamos, 50 candidatos que atendem os requisitos (mal podemos imaginar quanto tempo levaria para encontrar, por telefone ou carta, essas mesmas 50 pessoas, experientes e tarimbadas, no meio de 350 000?) Feito isso, cruzam-se as informações do currículo com as do teste psicológico. Em segundos, de novo, sai o resultado e 40 candidatos, por exemplo, são eliminados de uma vez só. Sobram apenas dez, aqueles que têm o perfil que realmente mais se aproxima das necessidades da empresa. Até aqui, tudo bem - de uma maneira ou de outra, é exatamente isso que faz qualquer site de busca de empregos, no Brasil ou no exterior.

O próximo passo do site é perguntar a esses dez candidatos se eles têm vontade de mudar de emprego. Isso poderia ser feito por e-mail, mas, como o assunto é delicado, os operadores preferem ainda fazer por telefone (nada impede que, no futuro, quando isso for mais comum, o e-mail vire o principal meio para receber sondagens e propostas). É nesse ponto entra a diferença tecnológica que separa os grandes sites do resto. Vamos supor que, dos dez executivos finalistas, cinco tenham interesse em concorrer à tal vaga de, por exemplo, diretor de

planejamento de uma empresa de alimentação. O que se faz? Envia-se, por uma agência de correio confiável, minicâmeras ao candidato.

As pequenas câmeras devem ser acopladas ao computador do executivo-candidato. Numa hora determinada, ele recebe uma ligação da agência. Faz então uma entrevista on-line, que é gravada, com imagem e tudo, no computador do site. Assim que a entrevista acaba, a câmera é devolvida, pela mesma agência de correio (nos Estados Unidos, a mais utilizada é a Federal Express). E o que acontece com o candidato? A agência de empregos seleciona os melhores momentos das entrevistas com os finalistas, grava-os numa fita de vídeo e manda para o presidente da tal empresa de alimentação escolher os de que gosta mais, resultando num mostruário que poderia ser chamado de o book dos executivos - afinal, é o mesmo sistema que as agências de modelos usam para apresentar as meninas às agências de publicidade.

Por fim, vamos considerar que o presidente tenha gostado de dois candidatos. É só aí que ele convoca ambos e os convida para uma conversa cara a cara. Dessa conversa é que sai a contratação - igual, aí, a qualquer outra desde o surgimento da primeira empresa.

Uma vez analisado este processo tão "hi-tech", nos ocorre uma pergunta imediata: Quantas décadas vão demorar para que a Internet brasileira alcance o grau evolutivo da Internet americana? Serão décadas? Não. Seguramente não. A Web se propaga e se populariza com uma velocidade vertiginosa no mundo todo. Lembrem-se de que a versão comercial da Web chegou ao Brasil em 1995. Ou seja, há apenas quatro anos só universidades e entidades de pesquisa tinham, por exemplo, e-mail. Hoje todo mundo pode ter, de graça se quiser.

Calcula-se que atualmente a Internet brasileira já tenha 8 milhões de usuários. Algumas contas mais otimistas chegam a números muito maiores: até 17 milhões, dizem. Para ter uma noção mais clara do que está ocorrendo especificamente no mercado nacional de trabalho eletrônico, saiba que, nos 30 dias de pesquisa para preparar este trabalho, quatro sites de carreira foram lançados na Web brasileira, numa média de um a cada oito dias

Uma outra pergunta que nos ocorre quando falamos de envio de currículos, é que se algum dia uma empresa tiver uma oferta de emprego e descobrir o currículo, ótimo. Se não, ele ficará para sempre esquecido em algum banco de dados. Isto realmente fazia parte deste sistema de seleção, mas atualmente, os sistemas de pesquisas são sensacionais:

Antes de mais nada, a primeira coisa que o candidato pode fazer é definir uma "banda" para os cargos desejados - digamos, entre gerente e diretor. Depois, assinala sua especialidade (finanças, marketing, vendas e por aí afora. Em seguida, informa qual setor prefere (indústria de autopeças, de bebidas, energia, higiene, embalagens, entretenimento, arquitetura, Internet, governo, numa lista imensa).

Por fim, o candidato escolhe a que distância de sua casa quer trabalhar. Para isso, há no site um mapa do Brasil. Assim, para todas as ofertas que aparecem, existe o preenchimento de um formulário parecido por parte da empresa requisitante, ou seja, de acordo com o perfil traçado, cruza-se os dados exigidos com os preenchidos pelos candidatos, o que indiretamente, reduz (devido a uma apuração e seleção mais detalhada) o número de candidatos. Assim, por se ter perfis melhores definidos, o montante total de candidatos dispostos à concorrer a vaga e que se encaixam neste perfil é bem menor do que nas agências "normais de emprego".

De todos os sites brasileiros de oferta de empregos, o mais antigo, populoso e bem-sucedido é o catho.com.br, criado pelo headhunter Thomas Case, dono da Catho, empresa paulistana de consultoria e recolocação de executivos. O site recebeu seus primeiros currículos em fevereiro de 1997. Se você acessar hoje o catho.com.br, vai ver que o cadastro dele é composto por mais de 61 000 empresas e 380 000 executivos. São números mais do que impressionantes, ainda mais considerando que o site americano futuresteps.com tem 350 000 executivos cadastrados. Além disso, Thomas Case afirma que tem cerca de 15 000 vagas disponíveis para brasileiros, sendo 8 000 apenas para profissionais de informática de São Paulo.

O catho.com.br tem méritos. Enquanto a maioria dos sites se ocupa sobretudo das vagas de grandes corporações, o da Catho também come pelas bordas, investindo nas ofertas de emprego em pequenas e médias empresas. Das 61 000 cadastradas, cerca de 36 000 têm menos de 50 funcionários. Case criou um sistema de pesquisa por telemarketing, no qual 17 pessoas passam o dia ligando para empresas de todo o Brasil para saber se há vagas. Com isso, o site tem ofertas de emprego para um mundo de gente: desde farmacêuticos, balconistas e telefonistas a diretores de multinacionais, de Salvador a Porto Alegre. Dos cerca de 8 000 currículos de seu banco de dados, a maioria é de técnicos, gerentes e supervisores. Para se cadastrar, o candidato paga uma mensalidade de 30 reais e tem direito a um grande pacote de serviços, que inclui testes psicológicos, cursos e até consultoria on-line. De acordo com uma pesquisa feita, cerca de 65% dos clientes estão satisfeitos com os serviços que recebem. E quantos realmente conseguem emprego? Pelo menos 30% encontram trabalho, sendo que 10% deles apenas por intermédio do site.

Embora a Internet esteja revolucionando o mercado de trabalho, ela está a anos-luz do que pode vir a ser. O processo ainda está muito no começo. Mesmo nos Estados Unidos, só 1%, em média, dos executivos cujos currículos estão na rede acabam sendo efetivamente contratados. No Brasil, apesar de não existirem estatísticas a respeito, esse número deve ser ainda menor. Seja como for, o que se pode afirmar é que isso não impede que os brasileiros apostem firme na Web.

Serviços Bancários

Nos dias de hoje, quando mencionamos o assunto banco, a primeira idéia que ocorre é ligar o computador e entrar em seu banco para verificar seus saldos, suas aplicações, se um determinado cheque entrou na conta corrente,..., enfim, hoje, raramente precisamos ir ao banco, todos os serviços estão disponibilizados na Internet. Segundo estatísticas, de cada 10 pessoas que vão ao banco, aproximadamente 3 pessoas fazem suas transações através dos micros. Número este que tende a crescer cada vez mais, mas nunca atingirá os 100% da população, uma vez que além de existir algumas operações e procedimentos que nos obrigam a ir pessoalmente aos bancos, existe uma grande parte da população que primeiro, não confia na rede (tem medo que alguém monitore sua senha) e segundo, existe uma grande parte da população que sequer tem acesso à micros, quanto mais Internet.

Mas se pararmos para analisarmos hoje, vivemos uma revolução, não precisamos mais pegar aquelas filas monstruosas nos caixas, não precisamos nos deslocar até o banco, podemos fazer qualquer coisa dentro de nossas casas, existe até gerentes virtuais (dentro dos sites) para perguntas mais técnicas.

Não convem discutir aqui o impacto disso para as pessoas, nem o que isto pode ter gerado de benefícios, pois são imensos, entre eles, a criação de novos empregos, praticidade, ambientes cada vez mais seguros, diminuição do número de pessoas que frequentam o banco, o que geram por consequencia em uma diminuição das filas nos caixas.

Em São Paulo, já podemos observar que existe Internet dentro das badarias, são os famosos "pop-bancos", um quiosque multimídia com um computador conectado à Internet, que oferecerá serviços bancários, e-mail gratuito e funcionará como um canal gratuito de publicidade no ponto de venda.

Esta é uma iniciativa da Caixa Economica Federal. Ao todo, serão 2500 quiosques instalados nos primeiros 12 meses do projeto, sendo 1.200 no estado de São Paulo e 1.300 no restante da região. O investimento que está calculado em aproximadamente em 25 milhões de reais, terá o apoio do Sindicato da Industria de Panificação, CEF e Associação dos Industriais de Panificação e Confeitaria de São Paulo.

Estes serviços bancários, estão previstos a abertura de conta corrente, pagamento de contas, consulta a dados do FGTS, seguro-desemprego e Receita Federal. O objetivo é levar serviços bancários e a Internet para a população de baixa renda e, por isso, as regiões mais carentes serão privilegiadas neste primeiro momento, uma vez que muitas pessoas das classes mais baixas sabem operar um micro e a Internet (ensinos nas escolas e aprendizado no trabalho).

Estes são apenas alguns exemplos de alguns serviços que surgiram a Internet. Existem outros milhares, mas exemplificar todos aqui levaria muito tempo. O que é muito importante citar, é que a Internet não só criou empregos que estivessem devidamente ligados ao acesso da Internet, milhões de outros empregos indiretos foram criados, como é o exemplo das empresas de cabo, as empresas de computador, os provedores e por consequencia o suporte técnico de cada um, podemos também citar o transporte que aumentou muito, desde a venda de motos que circulam freneticamente por SãoPaulo, quanto empresas ligadas à logística, que aumentaram seu faturamente em 2000 em 6%.

A Internet está aí, ainda existe muito espaço a ser ocupado, só resta saber como poderemos entrar neste mercado que agora sim, podemos falar que seja um mercado extremamente competitivo.

LONGE DO ESCRITÓRIO

Imagine se apartir de amaha vc passasse a ser um funcionario virtual. O que é isso? Simples: Vc não teria mais que sair de casa todos os dias para ir ao escritório trabalhar; seu trabalho passaria a ser feito em casa, ou em qualquer outro lugar; e sua ação junto a empresa, aos clientes, ou a quem quer que fosse se faria com o apoio de sistemas eletronicos on-line, celulares e outros equipamentos de comunicação.

Esta é a mais nova "mania" deste nosso novo mundo.com. Muitas empresas estão mantendo alguns funcionários em suas casas, muitas pessoas que antes estavam desempregadas, estão trabalhando e gerando lucros dentro de seus próprios quartos. Segundo estatísticas, 6,3% foi o índice de crescimento deste novo setor nesta nossa nova economia.

Esse dia a dia seria melhor do que os trabalhos de hoje? Vc poderia dormir até a hora que bem entedesse. Não perderia mais tempo se vestindo, ou melhor, decidindo que roupa usar para trabalhar. O problema do transito entre sua casa e o escritório estaria eliminado. O que vc fizesse com seu tempo durante as 24 horas do dia passaria a ser uma questão exclusivamente sua. Vc ficaria longe das mudanças de humor de seu chefe. Evitaria a convivencia com colegas que lhe agradam. Estaria mais perto da familia. E, ainda por cima, voltaria a comer a comida de casa.

Será que a vida nao se transformaria, na verdade, numk perigoso convite ao tédio? Quanto tempo passaria até vc começar a sentir-se sufocado dentro de casa? Vc se sentiria seguro no seu emprego, sabendo que nao é visto fisicamente dentro da empresa?

Muitos executivos, tanta pela queda da onda.com, quanto por ocasiões do destino, param de trabalhar e se encontram em um sério dilema: o que fazer agora? A nova onda das empresas que nao querem perder estes executivos é contrata-los como funcionários.com, ou seja, trabalham para a mesma empresa, mas só que todos os contatos sao feitos via E-mail, fone, fax.....

O setor de "funcionários virtuais" cresceu 6,3% dentre Dez/00 até Março/2001, é uma forma mais vantajosa para a empresa de manter um bom empregado, como também é uma forma bem comprovada de se cortar custos (transportes, Internet, despesas com ociosidade,...)

De todos os profissionais que pesquisamos, identificamos algumas regras que sao seguidas e são uteis para qualquer pessoa que deseje ser um funcionário virtual:

Organização:

Ter uma agenda prática e sempre em dia e manter cada coisa em seu lugar, são duas atitudes fundamentais para quem não quer confundir trabalho com tarefas domésticas.

Disciplina

Muitas pessoas se trancam em salas ou escritórios na hora em que realmente precisam trabalhar. No caso de uma mulher com filhos, geralmente esses funcionários deixa seus filhos com uma babá.

Concentração

Costuma-se concentrar-se no que está se fazendo e que isto é o seu trabalho. Citando apenas como exemplo, jamais um profissional.com poderia largar seu trabalho toda vez que a campainha toca-se, toda vez que um filho chorasse ou toda vez que o telefone tocasse...seria desperdício de tempo e dinheiro. Este profissional, precisa-se centrar em seus deveres e suas obrigações e estabelecer metas de cumprimento.

Combinado é Combinado

Se voce disse que ia enviar uma determinada planilha por computador hoje, então, envie a planilha hoje.

Não esconda os problemas

O fato de estar em casa não impede que os apertos ocorram. Nesses momentos, nada de ficar encabulado em pedir ajuda. Apele para quem for preciso, todos com certeza estarão dispostos a te ajudar, inclusive familiares, babás, empregados, etc.

CUIDADOS COM O TELE TRABALHO

O teletrabalho, para acontecer, não precisa de aparatos sofisticados e alta tecnologia. Lápis, papel e telefone resolvem o problema. Também não é preciso um caminhão de investimento para que o teletrabalho seja eficiente. Claro que um micro conectado ajuda, que existem soluções incríveis para facilitar a comunicação e o gerenciamento de equipes à distância e que as coisas vão melhorar mais e mais. O maior desafio para a implantação do teletrabalho está nas pessoas, portanto. Mudança de mentalidade, de visão, de postura profissional, gerencial, cultural são requisitos básicos.

Teletrabalho também não resolve o desemprego nem outros dilemas sociais, principalmente se ele estiver baseado na utilização das novas tecnologias de comunicação. É preciso preparar as pessoas para este uso e existem algumas que nunca se adaptarão. O teletrabalho não vai tornar uma empresa superprodutiva de uma hora para outra e nem vai fazer com que se economize horrores, só porque os funcionários estão trabalhando em casa. Algumas vezes, as despesas inclusive aumentam. Por exemplo: se tiver que fornecer conexão a internet em alta velocidade para toda uma equipe, os custos podem subir às alturas. Nestes casos, pode ser melhor centralizar.

Os benefícios são muitos mas, como qualquer estratégia, precisa ser analisada com cuidado para ver se ela se adapta ao tipo de negócio que você tem. Se os benefícios forem realmente importantes, implante. Mas antes de mandar o pessoal para casa e fechar o escritório, mude a sua cabeça e a deles. É nelas que está o segredo do sucesso.

A FECHADA DE PORTA DAS PONTOCOM

Uma pesquisa realizada pelo Webmergers.com Inc aponta que, pelo menos, 210 sites foram à falência em 2000. Foi apontado que aproximadamente 60% das falências de companhias pontocom ocorreram durante o quarto trimestre.

O trabalho também revelou que pelo menos 40 empresas de internet fecharam as portas em dezembro e outras 46 em novembro. As companhias que quebraram em dezembro haviam recebido US\$ 1,5 bilhão em financiamento de capital de risco e outros investimentos públicos e privados. Pelo menos 25% das empresas que encerraram operações em dezembro planejam vender suas propriedades e registrar pedido de falência.

Das pontocom que fecharam, cerca de 75% - ou 157 empresas – ofereciam produtos ou serviços para consumidores finais. Outras 21% focavam-se no setor corporativo, e o resto possuía um modelo misto dos dois. Das empresas que quebraram, 109 (mais da metade) eram de comércio eletrônico. Empresas de conteúdo responderam por 30% das falências; o restante engloba companhias de infra-estrutura e serviços online.

Entre 12 e 15 mil trabalhadores de empresas pontocom perderam seus empregos. Mais de 30% das falências ocorreu na Califórnia, enquanto Nova York e Massachusetts responderam cada um por cerca de 10% das falências. A Europa Ocidental respondeu por mais de 11% das perdas. o Brasil vem bem atrás com uma margem de 4%.

Exemplo semelhante podemos analisar com o seguinte anúncio publicado:

O New York Times Digital demitiu 47 funcionários, ou cerca de 15 por cento de seu quadro de funcionários, disse uma porta-voz da empresa na quinta-feira, na segunda rodada de cortes na unidade online no New York Times Co. Na semana passada, a empresa, que publica o The New York Times e o The Boston Globe, disse que iria eliminar uma quantidade não especificada de funcionários por causa da deterioração do mercado publicitário, do aumento de custos de impressão dos jornais e por causa da desaceleração da economia em geral. A empresa disse que parte da eliminação de postos de trabalho seria feita com um programa de demissão voluntária

TUDO NA VIDA É PASSAGEIRO

Como tudo na vida é passageiro, a farra de empregos na Internet também acabou. Milhares passaram da glória de um cargo ponto-com ao estigma de um "ponto-sem". Funcionários comuns são despedidos. Executivos saem para "buscar novos desafios".

Suponha que alguém com bom nome na praça o procure com uma oferta de trabalho nos seguintes termos: O dobro de seu salário atual, bônus no padrão das multinacionais e a opção de, dentro de dois anos, tornar-se milionário comprando ações da empresa pelo preço de hoje. Para ser convincente, este "alguém que veio te procurar, exibe uma montanha de relatórios de consultoria garantindo que o negócio no qual a tal compainha opera vai crescer verticalmente, engolir o faturamento do comércio mundial e ganhar clientes num ritmo jamais visto na história. Por essa razão, quando chegar a hora de comprar as ações, o valor da empresa será várias vezes o valor da atual. Para completar, no dia em que você precisa dar a resposta, o jornal publica que o setor de onde vem a proposta está gerando 300 empregos a cada 24 horas e deve receber investimentos de 4 bilhões no ano.

Provavelmente a resposta de qualquer candidato seria sim, como foi a alguns dos mais qualificados executivos brasileiros que, entre 1999 e a metade de 2000, abandonaram sólidas carreiras em grandes grupos para embarcar em recém-nascidas empresas da internet. Uma conta rápida sugeria a essa turma toda que, ao fim dos dois primeiros anos, seria possível receber mais de 120 salários adicionais na compra de ações da compainha.

Na cabeça destes executivos, não havia como dar errado. A Internet crescia a cada instante, os investidores despejam fortunas no mais estúpido dos sites, e abrir o capital da empresa ou ser comprado por uma grande multinacional era questão de tempo.

O que aconteceu de lá para cá todos sabem. O número de internautas até que cresceu, mas bem poucos compram produtos ou pagam pelo que acessam na Internet. A moda de oferecer tudo de graça para mais tarde cobrar acostumou mal os usuários da rede, que se recusam a colocar a mão no bolso. A publicidade nos sites se revelou um fracasso, e a frustração com os negócios é igual à euforia do período em que eles nasceram.

Por isso podemos falar que houve uma "seleção natural" dentro da Internet, e que está foi muito cruel com as empresas e pessoas. De cada 1.000 negócios planejados no Brasil, apenas 10 se concretizaram e só dois conseguiram abrir o capital ou ser vendidos, nem sempre em condições favoráveis. Com isso, a opção de compra de ação com valores estratosféricos praticamente nem existiu. E muitas compainhas ainda ficaram devendo salários e bonus.

A oferta de emprego minguou tão rapidamente quando havia inflado. Em março de 2000, a estimativa era que a rede fecharia o ano com 200.000 empregos. Hoje, tem no máximo 100.000, a metade do que se previa.

Um dos principais problemas da Internet foi ter sido contaminada por aproveitadores, onde ganhou dinheiro quem chegou primeiro à rede. Outro ponto importante a ser discutido é que neste começo, ninguém se preocupava em satisfazer o cliente, mas sim em captar dinheiro.

A lógica do enriquecimento em tempo recorde ruiu quando os investidores constataram que havia inúmeros negócios "micados" e deixaram de liberar dinheiro. Ao mesmo tempo, boa parte dos executivos que migraram para a rede percebeu que havia caído no "conto das stock option", nome que o mercado dá à opção de compra das ações da empresa.

Outro fator agravante, foi que os grandes executivos que foram para as empresas.com, trabalhavam demais, suas jornadas excediam 12 horas e pelo menos dois finais de semana por mês eram passados no escritório. Isto se deve ao fato de que muitos executivos assim que contratados "administravam" um negócio gratuito, o qual posteriormente se transformou em sites que teriam que ser pagos caso o internauta quisesse o acesso. Esta foi uma das etapas mais difíceis, tentar convencer este internauta pagar pelo acesso. No auge do desespero, muitos executivos cuidavam de vendas, marketing, atendimento ao cliente e administração. Se não levaram fortunas, os executivos que atuaram em empresas pontocom acumularam valiosas experiências de como não se deve tocar um negócio.

Nos dias de hoje, muitos profissionais estão exercendo cargos de importância, muitos voltaram para suas antigas empresas, muitos também ou entraram em uma nova empresa ou abriram negócios próprios. A lição foi aprendida por todos e é difícil que estes profissionais voltem para o mercado pontocom, uma vez que eles ficaram caros para uma empresa de internet, agora que o dinheiro dos investidores acabou e os próprios donos injetam recursos no negócio.

Mas se por um lado existe monte de executivos em uma caminhada de volta à seus antigos postos, por outro, existe a ambição. Os executivos sabiam dos riscos que estavam correndo, eles foram por causa do dinheiro e saíram porque esse dinheiro sumiu.

A Internet continua abrigando ótimos profissionais e empresas bastante competentes. Mas talvez ainda seja preciso que negócios virtuais quebrem e muita gente perca o emprego para o mercado entender que ela é apenas um negócio novo, cheio de problemas e incapaz de dar abrigo a tantas pessoas. Conforme pesquisas, o número de novas vagas neste mercado pontocom chegará até 100.000 em 2003.

Não é vergonha ficar disponível por culpa da acomodação do mercado. Ter sido um desbravador da Internet não desqualifica ninguém, muito pelo contrário. Os benefícios inicialmente prometidos seduziu grande partes dos executivos. Quem se aventurou, errou e aprendeu. Nenhuma escola ensina experiência. Pior que o desemprego é a autopiedade. O melhor é virar a página e "buscar novos desafios". Como fazem os executivos. Muitos, como já citado, estão de volta à suas antigas empresas, muitos abriram negócios. O aprender a errar é muito importante na vida de qualquer profissional.

CONCLUSÃO

A globalização, o avanço das tecnologias, e por consequencia a "expansão" da Internet, contribuíram para um mundo totalmente diferente do que estávamos acostumados há cinco anos atrás, novas necessidades foram criadas, todas elas foram atendidas perfeitamente com produtos e serviços, serviços estes que moldaram a cara da Internet.

A Internet veio para revolucionar, não só os meios de comunicação aos quais estamos acostumados, mas veio para modificar toda uma estrutura de trabalho, de prestação de serviços, de modos e necessidades.

O mundo está cada vez mais rápido, as pessoas se deparam com velocidades cada vez mais significantes e assustadoras, o mundo se encontra mais dinâmico e mais exigente, exigência esta que refletirá nos profissionais do amanhã, uma vez que a Internet impactará em um conhecimento mínimo que os profissionais terão que adquirir para alcançar sucesso no futuro.

As projeções indicam um crescimento ainda maior do setor pontocom, com mais empregos, maior variedade de estudos e áreas de especialização. A Internet dimensiona o mercado que se descortina para os profissionais que dominarem esses conhecimentos. As vagas que serão abertas pelas empresas dedicadas à tecnologia da informação (telecomunicação, informática, Internet, Comércio eletrônico e todos os outros campos associados) passam da casa de 190.000 até 2003.

A Mão de obra especializada e com perfil para assumir cargos gerenciais está escasseando e o país corre até mesmo o risco de ter que importar profissionais para estas áreas nos próximos anos. No Brasil, ainda são poucas as universidades que tem cursos direcionados para as novas empresas de tecnologia da Informação.

É importante destacar que a internet é e continuará sendo o principal elemento impactante sobre nossa cultura, criando vagas em empresas, criando cursos especializados, criando um mercado de trabalho muito amplo e com um futuro muito promissor.

A grande ausência de um círculo virtuoso se agrava com o avanço da globalização da economia, que está pondo fim às posições intermediárias nos escritórios, no comércio e nas indústrias. Muitos do que ainda procuram este tipo de ocupação, terão reduzidas chances de encontrar um novo emprego na mesma posição, pois são atividades em avançado processo de extinção.

A elevação dos critérios de seletividade patronal nas contratações diante do avanço do excedente estrutural de mão de obra do mundo. Mas o problema é que

alguns setores intensivos em mão-de-obra, como o têxtil e a construção civil, também estão mais exigentes. Ou seja, se o empregador tem diante de si uma pessoa mais qualificada, certamente vai contratá-la.

Os efeitos do emprego poderão ser ainda maiores, pois muitos setores nem sequer iniciaram a sua modernização rumo a uma maior competitividade. Mesmo analisando e considerando todos os adventos da economia, temos que classificar como uma situação perversa, onde o governo teria que criar uma proteção mais eficaz que o atual seguro desemprego, além de investir mais nos programas de treinamento e requalificação.

A globalização da economia trouxe benefícios ao consumidor, diversificou a oferta de produtos nas prateleiras do varejo, tornou os preços e empresas mais competitivos, criou inúmeros empregos com a onda.com, mas ao mesmo tempo que criou, expulsou e extinguiu empregos e funções intermediárias, como auxiliares, sub-gerentes, secretárias e muitos daqueles trabalhadores que lidavam com processos mecânicos e desconheciam os eletrônicos e automáticos.

Mas ao depararmos com uma notícia de exclusão de funcionários, não pela falta de emprego, mas sim pela falta de capacidade técnica, temos que ressaltar que o Brasil tem hoje, uma das taxas mais baixas de desemprego aberto da América latina, em torno de 6,5% anualizada (últimos doze meses). A única saída que se apresenta para o trabalhador que atuava em profissões intermediárias, em fase de extinção, é buscar uma nova colocação em empresas menores, sem as mesmas garantias e benefícios das maiores. Ou seja, terá de descer de patamar, uma vez que o de cima exige mais conhecimento e tem pista mais seletiva, especialmente por que há, hoje, uma oferta de mão-de-obra excedente com maior escolaridade.

A competitividade e as novas tecnologias também acabaram por criar novas profissões, em detrimento daquelas que foram extintas. É o caso dos motoboys, que impulsionam a quatro anos as vendas de motocicletas, uma atividade que se tornou vital como suporte da logística de empresas de entregas rápidas.

A informática revolucionou os procedimentos das empresas e como sabemos, também eliminou várias atividades intermediárias. Um exemplo são os supermercados, onde ninguém mais fica com prancheta e lápis na mão anotando o que se tem de estoque. Hoje, esse procedimento é automático, por meio de códigos de barras, que permite o controle on-line destes itens à quilômetros de distância, graças à Internet.

O que não falta hoje é oportunidade, ou melhor, o que falta são especialistas.

BIBLIOGRAFIA

Gostaríamos de salientar que todas as informações contidas neste trabalho, foram obtidas somente através de pesquisa na Web. Organizamos grupos de pesquisas, e a medida que as informações eram coletadas e sintetizadas, ocorria um intercambio de informações, sempre com destino ao líder do grupo. Uma vez que estamos estudando um presente mais "dinamico", nada melhor do que fazer parte dele

- **Endereços Eletrônicos Utilizados**

www.aprendiz.com.br	www.geocities.com/SoHo	www.security-informer.com
www.activebrasil.com	www.gestaoerh.com.br	www.surftrade.com.br
www.bomtrabalho.com.br	www.interatividadedigital.com.br	www.socinfo.org.br
www.br-business.com.br	www.info.com.br	www.timaster.com.br
www.cct.gov.br	www.idg.com.br	www.treinamentoweb.com.br
www.cybereconomist.ecn.br	www.informal.com.br	www.vidaexecutiva.com.br
www.catho.com.br	www.manager.com.br	www.vagas.com.br
www.curriex.com.br	www.marketingpessoal.com.br	www.widebiz.com.br
www.cluetrain.com	www.multivirtual.com.br	www.wwwork.com.br
www.empregos.net	www.monster.com	www.wwwriters.com.br
www.empregos.com.br	www.novosempregos.com.br	www.webworld.com
www.esaber.com.br		
www.fastcompany.com		

Jornais e Revistas Eletrônicas Utilizadas:

Revista Você S.A.	
Jornal Gazeta Mercantil	
Revista Exame	
Revista Veja	
Jornal O Estado de São Paulo	
Revista Fortune	