

# Noi forme de muncă și activități în societatea bazată pe informație și cunoaștere

*Prof.dr. Ion Gh. ROȘCA<sup>1</sup>, Asist.drd. Marian STOICA<sup>2</sup>*

## 1. Introducere

Ritmul rapid și incremental al dezvoltării tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC) a determinat apariția noii economii, *digitală*, care tinde să se globalizeze la nivel mondial. În cadrul ei, individul și micile întreprinderi, alături de marile companii, au mai multe oportunități ca niciodată de a juca un rol important în societate. Economia digitală este caracterizată de mutații radicale în natura muncii și a relațiilor de muncă, cu implicații profunde asupra stilurilor de muncă și viață ale oamenilor. Piața muncii a cunoscut în ultimul deceniu o dezvoltare puternică, tinzând și ea să se globalizeze. Teleducrul, teleactivitățile, telesocializarea etc., reprezintă activități moderne, caracteristice unei societăți informaționale bazate pe cunoaștere, spre care țintește și România.

Teoria economiei digitale completează pe cea clasică, a locației și economiei spațiale, care își concentrează atenția asupra a două caracteristici globale ale vieții economice: timpul și spațiul (cunoscute în literatura de specialitate și ca *distanță* și *zonă*). Este clar faptul că piața forței de muncă din societatea bazată pe informație și cunoaștere este direct influențată de cele două caracteristici, constrângerea geo-spațială asupra muncii tinzând să lipsească din ce în ce mai mult. În teoria clasică a locației și a economiei spațiale, rolul distanței era reflectat în cheltuielile de transport care afectau nu numai prețurile de pe piață, dar și locația condițiilor favorabile producției, iar rolul zonei impunea ca prețurile diverselor produse să fie delimitate geografic. Deși modelele spațiale sistematice asociate fenomenului geo-spațial al muncii au făcut obiectul cercetărilor multor specialiști din domeniu (Cantillon, Steuart, Smith), meritul dezvoltării teoriei clasice a locației și a economiei spațiale aparține economiștilor germani, în frunte cu Johann Heinrich von Thünen (prima lucrare „Statul izolat”, 1826). [5]

Noua economie este caracterizată de numeroase *e-activități*, cum ar fi *e-educația*, *e-medicina*, *e-afacerile*, *e-guvernul*, *e-comerțul* etc. De multe ori, terminologia *e-activități* este înlocuită cu *teleactivități*. Evident, *e-activitățile* nu pot suplini toate activitățile dintr-o societate. Mineritul, agricultura, siderurgia, tâmplăria etc. se vor moderniza mult în noua economie, dar vor fi lipsite de *e*.

---

<sup>1</sup> Catedra de Informatică Economică din Academia de Studii Economice București, [rosca@crc.ase.ro](mailto:rosca@crc.ase.ro)

<sup>2</sup> Catedra de Informatică Economică din Academia de Studii Economice București, [marians@infosec.ase.ro](mailto:marians@infosec.ase.ro)

## 2. Telemunca și munca la distanță

O definiție suficient de generală și clară pentru munca la distanță este dificil de găsit. O formulare rezonabilă poate fi: “munca efectuată de o persoană aflată într-un loc diferit de persoana (persoanele) care o supraveghează direct și/sau o plătesc pentru munca efectuată” [3]. Se observă că accentul se pune pe lucrătorul individual și nu pe organizație.

Telemunca este definită adesea ca fiind utilizarea tehnologiei telecomunicațiilor pentru a înlocui, complet sau parțial, deplasarea spre locul de muncă și înapoi acasă. Telemunca este, deci, munca la distanță bazată, în esență, pe utilizarea TIC. În sens invers, nu orice formă de muncă la distanță este telemuncă. Atât ca răspuns la problemele interne ale lumii afacerilor, cât și ca strategie a managementului cererii de transport, telemunca capătă o acceptare tot mai largă în lume. În SUA, Guvernul Federal și statele California, Hawaii, Washington, Arizona, Florida, Minnesota și Connecticut se află în diferite stadii de instituționalizare, implementare, planificare sau cercetare a programelor de telemuncă. Numeroase alte programe sunt în curs de dezvoltare, implicând guvernele locale și/sau sectorul privat. Eforturi semnificative pentru implementarea telemuncii se fac, de asemenea, în Marea Britanie, Olanda, Finlanda, Germania, Franța și alte state europene, precum și în Japonia și Australia [1].

Privită din punct de vedere etimologic, telemunca poate avea două rădăcini: telecommuting, care este termenul preferat de Comunitatea Europeană pentru a descrie lucrul la distanță utilizând TIC și teleworking, termen preferat de SUA. Aceasta nu înseamnă că cei doi termeni nu se regăsesc utilizați atât în Europa cât și în SUA și că au accepțiuni identice. Telemunca este considerat ca un concept abstract, în contextul varietății de alte opțiuni pentru lucrul de la distanță. Fiecare dintre opțiunile de lucru la distanță este clasificată conform impactului asupra transporturilor și implicațiilor manageriale. Formele de lucru la distanță pot fi clasificate în: munca la domiciliu și în afara domiciliului.

Conceptul de management la distanță este esențial pentru telemuncă. Cel mai mare obstacol în calea acceptării telemuncii de către patroni este, fără îndoială, întrebarea “De unde știm că ei muncesc?”. Dacă se demonstrează că alte forme de muncă au cerințe manageriale similare, telemunca ar putea fi mai ușor acceptată. În plus, unele tehnici de management aparținând altor forme de muncă ar putea fi adaptate telemuncii.

Telemunca se asociază, de obicei, activităților la care intrările/ieșirile sunt informații, iar rezultatele pot fi transmise prin componente TIC. Datorită acestui fapt, locul de telemuncă se numește birou virtual (virtual office) iar conceptele de telemuncă și birou virtual se confundă (inclusiv în acest studiu).

Conceptul de birou virtual acoperă o arie largă a domeniilor în care telemunca se poate manifesta, de la nivelul ocazional, în care angajatul își petrece majoritatea timpului de lucru la sediul societății până la nivelul mobilității totale, în care angajatul nu este prezent la un sediu fix, prestând servicii de oriunde. Tehnologia informației, serviciile

profesioniste și industria de bunuri de consum au grăbit introducerea programului virtual, dar rata dezvoltării noilor forme de muncă este încă destul de redusă.

Costurile și facilitățile oferite lucrătorilor sunt principalele avantaje ale biroului virtual, dar dezavantaje precum contactul slab cu o organizație, cu mediul organizațional și managerial al acesteia, dificultățile de comunicare cu personalul de pe același nivel ierarhic sau de pe niveluri ierarhice diferite, accesul dificil la resurse materiale, conduc în continuare la o abordare precaută a teleducării. Cu toate acestea, în anumite domenii de activitate și pentru anumite categorii de personal, formele flexibile de muncă pot constitui o alternativă atrăgătoare, convenabilă și, mai ales, profitabilă pentru ambele părți ale contractului de muncă. [3]

Biroul virtual este un concept care se referă, de fapt, la o gamă alternativă vastă de moduri de muncă, cu grade diferite de mobilitate sau de prezență la un anumit sediu fix de lucru. Principalele modalități de exprimare a biroului virtual, în funcție de gradul de libertate a angajatului sunt: teleducarea ocazională, teleducarea semimobilă, teleducarea cu program aleator, teleducarea la domiciliu și teleducarea cu mobilitate totală.

- *Teleducarea ocazională* se referă la acei angajați care își desfășoară activitatea, în principal, la sediul organizației și, ocazional, o zi pe săptămână, de exemplu, la domiciliu. Forma de muncă a fost prima care a apărut și este, în acest moment, cea mai des întâlnită în activități de cercetare, proiectare, programare a calculatoarelor, contabilitate etc., cu precădere în marile companii. Principala avantaj a teleducării ocazionale îl constituie flexibilitatea mai mare a muncii față de contextul clasic, conducând, în multe cazuri, la creșterea productivității muncii individuale. Deoarece se reduce numărul de zile de ocupare a unui spațiu organizațional, costurile de întreținere a lui scad și, deoarece lucrul virtual este redus, nu sunt necesare investiții în schimbarea managementului organizației. Exprimând sintetic, se poate spune că teleducarea ocazională este o modalitate de a munci cu avantaje importante, riscuri și investiții minime.
- *Teleducarea semimobilă* este un pas avansat față de varianta ocazională, deoarece implică o mobilitate sporită a angajaților față de un spațiu fix de muncă, dar presupune, în continuare, o legătură permanentă cu biroul fizic, după un program prestabilit. Caracteristicile muncii derivă din aceea că angajații, atunci când sunt programați să lucreze la sediul organizației, nu au locuri fixe de lucru. Când vin la serviciu, primesc telefon mobil și calculator portabil și sunt repartizați într-un spațiu disponibil în acea zi. Acest tip de birou nu este destul de generalizat, deoarece ridică o serie de probleme organizaționale, manageriale, psiho-sociale și de adaptare. Se impune crearea și gestionarea unui program riguros de lucru, ținând cont de programările venurilor angajaților la serviciu, precum și evidența spațiilor (birourilor fizice) pentru fiecare zi în parte. Problemele de adaptare a angajaților constau în faptul că nu sunt legați sentimental de un loc de muncă fizic, care le-ar da o mai mare siguranță și un grad ridicat de confort. De asemenea, lipsa contactului prelungit cu aceiași colegi de muncă, a muncii în echipă și

sentimentul izolării pot duce, pentru anumiți indivizi, la o scădere a productivității.

- *Telemunca cu program aleator* combină munca la domiciliu cu cea la sediul organizației sau al clienților acesteia, în proporții diferite. Angajații vin la serviciu aleator, în funcție de necesitățile curente ale sarcinilor primite. Ei nu au un loc fix de muncă în sediul organizației. Atunci când un angajat trebuie să vină la serviciu, trebuie să-și anunțe din timp programul, pentru a i se rezerva (tip hotel) un birou în care să-și instaleze calculatorul, să-l lege la rețeaua organizației, să poată da și primi telefoane și să fie în contact cu superiorii și colaboratorii. Forma de muncă este din ce în ce mai răspândită la marile companii, fie în centrul marilor orașe, fie, cu precădere, în suburbii, unde se găsesc spații de închiriat mai ieftine. Avantajele telemuncii cu program aleator constau în reducerea traficului rutier, a timpului de deplasare, a cheltuielilor de transport, conducând la creșterea profitului și productivității muncii, la scăderea costurilor și eliminarea stresului, cu repercusiuni pozitive asupra mediului și asupra condițiilor sociale.
- *Telemunca la domiciliu* presupune translația biroului tradițional de la sediul organizației la domiciliul angajatului, cu toate dotările necesare pe care le implică funcția și genul de muncă ale persoanei respective: mobilier, calculator legat în rețea, telefon, fax, copiator și alte dotări specifice muncii prestate. Angajații își creează un birou dotat complet în propria casă. Cheltuielile cu dotarea și întreținerea *birourilor casnice* cad în sarcina organizației, care câștigă prin faptul că nu mai închiriază birouri. Tipul de telemuncă este răspândit, mai ales, la companiile prestatoare de servicii pentru clienți, informatice, de publicitate, de contabilitate, telemarketing etc. Principalul avantaj al muncii la domiciliu constă în flexibilitatea programului de lucru al angajatului, care trebuie să-și îndeplinească sarcinile de serviciu, dar nu este obligat la un orar strict de muncă. Cheltuielile cu întreținerea biroului casnic sunt mult mai mici decât cele pentru întreținerea unui birou la sediul organizației. Este adevărat, însă, că tipul de muncă nu poate fi accesibil decât angajaților care dețin spațiu de locuit în care se poate amenaja un birou, cu toate dotările și condițiile prielnice pentru a-și desfășura activitatea fără perturbații.

Se disting mai multe tipuri de telelucru la domiciliu. O primă clasificare poate fi în telelucru la domiciliu *part-time* și *full-time*. O altă abordare presupune împărțirea în telelucru *off-line* și *on-line*. Telelucrătorii *on-line* sunt conectați permanent la rețeaua de lucru. De exemplu, răspund la apelurile telefonice redirectionate prin intermediul unor tehnologii speciale, munca lor este controlată mai mult de tehnologie și implică flexibilitate redusă în organizarea programului de lucru. Telelucrătorii *off-line* își organizează munca mult mai simplu, lucrează pe calculatorul personal și se conectează la rețeaua unității numai dacă trebuie să transfere și să încarce fișiere sau să-și verifice poșta electronică etc. Aceștia pot fi, de exemplu, creatori de software, cercetători etc. O imagine seducătoare îi înfățișează pe telelucrătorii *off-line* muncind într-o casă de vacanță sau într-o locuință de la țară, departe de problemele vieții de la oraș (și de problemele transferului rezultatelor muncii lor). Oricum, se pornește de la premisa că

fiecare își alege singur stilul său de viață. În practică, fiecare telelucrător trebuie să dispună acasă de un spațiu adecvat pentru a fi capabil să muncească fără să existe vreun efect negativ în viața lui particulară. Condiția este să existe spațiu separat pentru un birou, în care să poată fi instalat echipamentul de lucru.

Experiența persoanelor care lucrează la domiciliu nu se aseamănă cu a celorlalți, termenul de telelucru neputând fi generalizat. Experiența individuală poate fi pozitivă sau negativă și depinde de influența mai multor factori: munca prestată, statutul profesiei, modalitatea de retribuire, condițiile care decurg din profesie, condițiile de viață de la domiciliu, circumstanțele personale ale lucrătorului la domiciliu etc.

Telelucrul la domiciliu are avantaje, dar și dezavantaje (*Tabelul 1*). Cel mai mare dezavantaj se referă la consecințele izolării față de colegi și grupuri sociale de lucru.

**Tabelul 1 - Implicațiile telelucrului la domiciliu**

<b>Avantaje</b>	<b>Dezavantaje (riscuri)</b>
Libera alegere a timpului de lucru.	Pericolul de a munci prea mult; pierderea sporurilor de noapte, week-end sau vacanțe.
Lucrătorul nu este deranjat.	Lucrul este amânat din cauza unei afecțiuni medicale sau nu se dă atenție bolii; în cazul unei boli, nu se știe cine-i va ține locul; dacă copiii sunt bolnavi, nu are dreptul de a-și amâna termenele de predare a lucrărilor; problemele familiale nu pot fi ignorate.
Puține conflicte cu colegii sau cu superiorii.	Pierderea comunicării cu colegii.
Comportamentul nu poate fi controlat sau monitorizat.	Pierderea evaluării muncii și a performanțelor, concomitent cu recunoașterea acestora.
Scăderea timpului și costului afectat transportului.	Standardele de la locul de muncă nu sunt garantate; protecția muncii la domiciliu și sfaturile inspectorilor sunt limitate; defectarea echipamentelor, pierderea/accesarea neautorizată a datelor.
Împletirea mai ușoară a muncii cu responsabilitățile familiale.	Influențe asupra vieții particulare.
Supravegherea mai ușoară a copiilor.	Lucrătorii nu mai știu cum se dezvoltă compania; pierderea posibilității de promovare; neparticiparea la evenimentele firmei; apariția a două clase de lucrători: cei care au activități potrivite pentru telelucru, cei care au spațiu corespunzător pentru telelucru; permanentizarea statutului de telelucrător; participarea la activități prin intermediul unui reprezentant al intereselor lucrătorilor (consilii, asociații etc.).

- *Telemunca cu mobilitate totală* presupune inexistența unui birou fizic, la sediul organizației sau la domiciliu. Angajații își desfășoară munca fie la sediul clienților, fie în autoturism, în care, prin dotări corespunzătoare, își construiesc un *birou mobil*. Tipul de muncă a apărut înainte de *era teleducării*, prin comis-voiajorii specializați în vânzarea de bunuri și servicii. Telemunca cu mobilitate totală este adoptată, cu precădere, de companii care vând diferite produse prin angajații lor, fără a avea magazine de desfacere, relația client-furnizor fiind mai directă și mai avantajoasă pentru ambele părți.

Cele mai multe dintre organizații nu adoptă decât unul sau cel mult două forme ale biroului virtual. Marile companii naționale sau transnaționale, pot îmbina toate formele prezentate, împreună cu modalitățile clasice, în funcție de natura activităților desfășurate, de condițiile specifice zonei geografice în care există și de structura personalului implicat în cadrul companiei. Fără să pară surprinzător, domeniul în care telemunca s-a dezvoltat cel mai repede și este larg răspândită este tot cel al tehnologiei informației. Companii precum IBM, AT&T, Pacific Bell, Hewlett-Packard, Compaq, Xerox sunt recunoscute că utilizează frecvent diferitele tipuri de birouri virtuale. Industria bunurilor de consum este, de asemenea, propice utilizării biroului virtual (de exemplu, Procter&Gamble, care desfășoară activități comerciale care traversează canale internaționale).

### 3. Negocierea teleducării

Negocierea teleducării presupune existența unui ”*status quo*” între angajat și angajator. Negocierea propriu-zisă trebuie să atingă o serie de aspecte care, în principal, se referă la următoarele probleme:

- Teleducătorii trebuie să fie angajații unei companii și nu lucrători pe cont propriu.
- Pentru a evita izolarea, contactele lucrătorilor cu firma trebuie să fie periodice.
- Teleducătorul la domiciliu trebuie să aibă o cameră separată și o linie telefonică, pentru care angajatorul va suporta cheltuielile.
- Teleducătorii trebuie să se întâlnească în mod regulat și să țină legătura cu ceilalți teleducători prin intermediul poștei electronice sau al telefonului, toate cheltuielile aferente fiind suportate de angajator.
- Săptămânal, teleducătorii trebuie să poată purta discuții cu managerul sau superiorul lor.
- Teleducătorii trebuie să primească aceleași tranșe de plată și facilități ca și ceilalți angajați, inclusiv concediul de odihnă. Trebuie stabilit un număr de ore de lucru și teleducătorii trebuie să fie incluși în dezvoltarea carierei și în programele de perfecționare.
- Echipamentele TIC trebuie furnizate, plătite, instalate, întreținute și asigurate de angajator.
- Angajatorul trebuie să-și dea acordul cu privire la condițiile de sănătate și securitate și să își asume riscurile asociate. El trebuie să aibă responsabilități legale pentru orice accident de muncă, pagube materiale sau intelectuale ale teleducătorului.
- Teleducătorii trebuie să aibă acces la reprezentarea în asociațiile profesionale și dreptul de întrunire în afara orelor de lucru. Consultanții în probleme de sănătate și

securitate și reprezentanții asociațiilor profesionale trebuie să-i poată vizita pe telelucrători.

● Telelucrul se desfășoară conform voinței proprii, iar telelucrătorii trebuie să aibă dreptul să se întoarcă la modul de lucru clasic (la birou) când doresc și dacă decid acest lucru.

În continuare sunt descrise principiile negocierii contractelor de telelucru urmate de unele comentarii.

### **3.1. Statutul angajării**

*Principiu:* Telelucrul nu trebuie să fie o scuză pentru a acorda condiții mai slabe. Statutul angajatului trebuie menținut, angajatorul neputându-l modifica fără acordul telelucrătorului.

*Comentariu:* Telelucrătorii trebuie să-și mențină statutul de angajat cu drepturi depline, ferindu-se să devină colaboratori sau consultanți independenți. În 1982, societatea de asigurări de viață California Western le-a oferit câtorva agenți oportunitatea de a lucra acasă, la fel cum ar fi lucrat la firmă. Ei au devenit consultanți plătiți dar nu li s-au oferit comisioane. La 1 decembrie 1985, opt persoane și-au dat demisia și au dat în judecată compania, calificând contractul independent ca un subterfugiu pentru a nu le plăti comisioanele. Cazul a fost stins de companie în 1988, fără a se mai ajunge în fața instanței, pentru o sumă de bani ținută secretă, iar programul de telelucru a fost sistat.

### **3.2. Lucrul parțial la domiciliu**

*Principiu:* Telelucrătorii la domiciliu trebuie să muncească numai o parte din timp, cât ar face-o și la un loc de muncă clasic.

*Comentariu:* Telelucrătorul trebuie să-și impună un program riguros de lucru, astfel încât să nu diminueze timpul liber la care are dreptul, ca și lucrătorii din sistemul clasic. Una din problemele muncii la domiciliu este dată de termenul de finalizare a lucrării. Telelucrătorii pot avea impresia că lucrează prea mult, neglijându-și viața cotidiană. Flexibilitatea asociată telelucrului poate încuraja tendința de creștere a timpului afectat muncii, alternativă nesatisfăcătoare pentru un orar de lucru bine determinat. De asemenea, unele servicii trebuie furnizate în afara programului (de exemplu, serviciile de oferire a informațiilor).

### **3.3. Telelucrul este ales voluntar**

*Principiu:* Telelucrul trebuie să fie alegerea voluntară a angajatului iar telelucrătorii trebuie să aibă dreptul de a se reîntoarce la locul de muncă convențional.

*Comentariu:* Pe termen lung, principiul poate fi amenințat de transformarea companiei în birouri închise. Situația se poate schimba și când compania lansează noi recrutări de telelucrători sau, mai simplu, îi invită pe angajații existenți să lucreze acasă.

### **3.4. Echipamentul și spațiul**

*Principiu:* Angajatorul trebuie să furnizeze telelucrătorilor echipamentul necesar lucrului, respectând condițiile de sănătate și securitate.

*Comentariu:* Echipamentele telelucrătorilor trebuie să fie similare celor utilizate la locul de muncă clasic, iar angajatorul va suporta toate cheltuielile, inclusiv cele destinate organizării: telefon, legătură la rețea, împământare etc. Există riscul ca celor care lucrează acasă să li se repartizeze mobilier neadecvat și echipamente uzate moral.

### **3.5. Plata cheltuielilor**

*Principiu:* Angajatorul trebuie să suporte cheltuielile adiționale ale telelucrătorilor la domiciliu. Înțelegerea cu telelucrătorii pot varia în funcție de zona geografică.

*Comentariu:* Tendința angajatorilor de a nu oferi compensații, susținând că telelucrătorii au câștiguri din economiile pe care le fac la costurile cu comunicațiile (telefon, internet, energie electrică) și cu transportul.

### **3.6. Dreptul la viața particulară**

*Principiu:* Telelucrătorii trebuie să poată face distincție între muncă și viața privată.

*Comentariu:* Este unul dintre principiile care se respectă cel mai greu. Telelucrătorul nu trebuie să “amestece” problemele serviciului cu cele casnice. Se susține că principiul face distincție între telelucrătorii buni și ceilalți.

### **3.7. Urmărirea și controlul activității**

*Principiu:* Necesitatea inspectării condițiilor de lucru și de securitate de către reprezentanții asociațiilor profesionale și organismelor sanitare nu trebuie să intre în conflict cu dreptul telelucrătorilor la intimitatea casnică.

*Comentariu:* Angajații au obligația de a asigura un mediu de lucru protejat și de a permite inspecții la locul de muncă. Angajatorii trebuie să poată utiliza metode electronice de urmărire, care să permită monitorizarea de la distanță a performanțelor angajaților (de exemplu, căi de acces la produsele program, contorizarea apelurilor telefonice și înregistrarea acestora și, uneori, supravegherea prin camere de luat vederi). Se poate induce o îngrijorare privind viața privată, mai ales că se lucrează la propriul domiciliu. Dreptul lucrătorilor la intimitate trebuie tratat ca o problemă fundamentală a drepturilor omului.

### **3.8. Grija pentru copii**

*Principiu:* Pe durata serviciului, telelucrătorii la domiciliu nu trebuie să-și facă griji pentru copii.

*Comentariu:* Datorită flexibilității programului de lucru, telelucrul este benefic pentru părinți și cariera acestora. El apropie părinții de copii. Cu toate acestea, grija față de copii nu trebuie să afecteze obligațiile angajatului. De aceea, nu se elimină total aranjamentele părintelui angajat pentru îngrijirea copiilor (bonă, doică, creșă, grădiniță, bunici etc.).

### **3.9. Izolarea și dezvoltarea carierei**

*Principiu:* Trebuie instituite modalități de protejare a telelucrătorilor în ceea ce privește riscul izolării și al depresiilor nervoase. Aceasta este o problemă de sănătate și securitate. Telelucrătorii trebuie să aibă oportunități de afirmare și promovare în carieră.

*Comentariu:* Pe termen lung, după ce a trecut perioada de “plăcere”, izolarea poate deveni o problemă. Telelucrătorii pierd din educația și îndrumarea pe care le primesc cei care lucrează clasic. Ei nu au acces la învățarea informală de care au parte oamenii care intră în contact și discută cu colegii la muncă.

### **3.10. Libertatea asocierii profesionale**

*Principiu:* Telelucrătorii trebuie să aibă acces la asociațiile profesionale, iar acestea să aibă dreptul de a inspecta locurile de muncă de la domiciliu, pentru a se informa despre condițiile asigurate de angajator. Telelucrătorii trebuie să beneficieze de facilități prin care să consulte asociațiile din care fac parte, să fie înștiințați cu privire la noi job-uri și ocazii de avansare.

*Comentariu:* Asociațiile trebuie să ofere detalii în privința aderării fiecărui telelucrător în parte. Asociațiilor trebuie să li se garanteze dreptul de a comunica direct cu angajații prin intermediul poștei electronice, a sistemului electronic de comunicații al angajatorului etc. Telelucrătorii trebuie să aibă posibilitatea de a participa la deciziile asociațiilor și de a-și asuma îndatoriri în calitate de membri ai acestora. A lucra la domiciliu și a fi reprezentat și reprezentant în asociații trebuie să fie lucruri compatibile.

## **4. Teleactivitățile**

*Teleactivitatea* este o activitate social-economică bazată pe individualizare, interactivitate și sisteme de telecomunicații, în scopul de a conecta la distanță persoane și/sau organizații, având un impact social și ambiental mult mai mare decât alte forme de activitate [2] [4]. Teleactivitățile pot fi sociale, precum teleeducația, telemedicina, telesocializarea sau economice, precum comerțul electronic, afacerile electronice, afacerile bancare electronice, telecooperarea, telemarketingul etc. Lucrătorii implicați în teleactivități prestează muncă și, uneori, telemuncă. De exemplu, instructorul din cadrul unui sistem de învățământ la distanță poate lucra la sediul universității, prestând muncă de o factură specială în raport cu învățământul clasic sau la domiciliul său, ca telemuncă. Deci, termenul de teleactivitate nu trebuie confundat cu cel de telemuncă. Relația dintre teleactivitate și muncă (sau telemuncă) este una de la complex la simplu (de la general la particular). Toate teleactivitățile se bazează pe comunicarea de la distanță, în special prin Internet. Studiul actual surprinde, ca exemplificare, doar câteva dintre teleactivitățile regăsite, deja, în viața cotidiană.

#### 4.1. Teleeducația

Educația la distanță implică utilizarea metodelor noi pentru îmbunătățirea accesului la sistemul educațional, din punct de vedere al timpului și spațiului. Sistemul educațional este concentrat mai mult pe învățare decât pe predare. Tendința a fost o influență puternică în ultimul deceniu de noile dezvoltări ale științelor sociale și cognitive. Dezvoltările aduse teoriei educaționale au schimbat natura sistemului de învățare, precum și percepția persoanei care studiază asupra acestui sistem. Teleeducația a apărut printre primele activități specifice societății informaționale și a cunoscut o adevărată explozie odată cu dezvoltarea Internet-ului. Rădăcinile teleeducației se găsesc în 1840, când părintele stenografiei, Sir Isaac Pitman a introdus pentru public corespondența, instruirea și evaluarea prin poșta clasică (prin curier). Teleeducația implică și educația la distanță, care are ca principale ținte formarea continuă, instruirea cercetătorilor științifici, comunităților izolate sau defavorizate geografic etc.

Rolul instituțiilor de învățământ în transferul cunoștințelor, aptitudinilor și valorilor se schimbă, într-o lume în care informațiile sunt accesibile prin sisteme moderne de informare și comunicare. Educația devine parte integrantă a procesului de globalizare. Globalizarea educațională este accelerată de noile TIC, care introduc nu numai noi forme de educație și noi actori în procesul de dezvoltare și furnizare a cunoștințelor, ci impun un nou concept privitor la educație, în sensul tratării acesteia ca pe un serviciu.

Teleeducația presupune trecerea de la modelele tradiționale de învățare și evaluare spre metode virtuale. Translația poate deveni posibilă dacă sunt îndeplinite câteva cerințe fundamentale: definirea clară de către instituțiile de învățământ a politicilor și strategiilor privind TIC; dezvoltarea unei infrastructuri corespunzătoare pentru utilizarea noilor TIC; asigurarea accesului la Internet pentru instituțiile și indivizii implicați; redefinirea rolului cadrelor didactice; noi relații instructor-instruit; noi forme de învățare și evaluare; încredere în sistem și recunoașterea lui, eventual prin acreditări etc.

*Universitățile virtuale* au ca obiective majore: dezvoltarea metodologiilor și programelor pentru creșterea fondului de material didactic, interconectarea mijloacelor media, diseminarea informațiilor utilizând tehnologii interactive sincrone și asincrone; creșterea impactului educațional calitativ și cantitativ asupra grupurilor țintă. O altă entitate specifică formelor moderne de educație este *teleclasa*, care reprezintă o sală dotată cu echipamente pentru video și teleconferințe, ecrane TV, acces la Internet, casetofoane, software pentru multimedia etc.

În cadrul sistemului de teleeducație trebuie create: un *context tehnologic*, care să ofere cursanților accesul la o multitudine de mijloace de informare și de surse pentru educație; un *context educațional*, care să implice atât cadrele didactice cât și cursanții. Materialele didactice care vor fi proiectate trebuie să corespundă cerințelor tehnologice și educaționale.

## 4.2. Telemedicina

Domeniul medical și al educației sanitare constituie un teren fertil pentru dezvoltarea proiectelor telematice, cu impact major atât la nivelul pacienților și cadrelor medicale, cât și la nivelul societății, în general. Ca formă nouă de activitate, specifică societății informaționale (dar cu rădăcini mai adânci în istorie), telemedicina a fost definită prin utilizarea telecomunicațiilor pentru furnizarea informațiilor și serviciilor medicale. În accepțiunea Asociației Americane de Telemedicină, telemedicina este definită ca „*schimb de informație medicală utilizând comunicațiile electronice, în scopul asigurării sănătății și educației pacienților sau furnizării serviciilor de asistență sanitară*”. Din definiție se observă gradul de generalitate determinat de inexistența restricțiilor referitoare la natura informațiilor transmise, a modului efectiv în care se face transferul sau a modului în care urmează să fie utilizate informațiile.

Conceptul de telemedicină nu este nou. Prima generație a sistemelor de telemedicină a apărut la începutul anilor '60, dar primul proiect de telemedicină a fost inițiat în 1959 în Nebraska, SUA, unde s-au folosit servicii video interactive pentru a se oferi consultații de psihiatrie cetățenilor aflați în zone geografice greu accesibile. Serviciul este cunoscut sub numele de *telepsihiatrie*. Alte subramuri ale telemedicinii sunt: teleradiologie, telepatologie, teledermatologie, telepediatrie, teleoftalmologie, teleendoscopie, consultații medicale la distanță, educație medicală continuă etc.

Tehnologia utilizată în telemedicină poate merge de la un simplu telefon până la supertehnologie, care să includă echipamente de video-conferințe, comunicații prin infraroșu și sateliți. Indiferent de modalitatea de realizare a consultației clinice electronice la distanță, telemedicina trebuie să îndeplinească o serie de obiective, dintre care cele mai importante sunt: să ofere posibilități de tratament cât mai aproape de locuința pacientului; să ofere un nivel ridicat al calității serviciului medical; să ofere expertiză medicală pentru toți pacienții, indiferent de domiciliu; să asigure accesul pacienților la informațiile medicale; să asigure securitatea și confidențialitatea datelor despre pacienți; să asigure evitarea repetării examenelor de laborator și a analizelor medicale; să asigure pregătirea continuă a personalului medical; să asigure utilizarea adecvată a resurselor locale și regionale etc. Atingerea obiectivelor asigură cerința cheie pentru medicină: *calitatea evaluării și diagnosticării medicale*. Practicarea telemedicinii conduce la reducerea substanțială a timpului de așteptare a pacientului între examinarea și informarea de către un medic generalist. Identificarea timpurie a problemelor și aplicarea tratamentului corespunzător îmbunătățesc posibilitatea recuperării efective pentru pacient.

Ca orice teleactivitate, telemedicina ignoră dimensiunea spațială, neexistând diferențe calitative între serviciile medicale oferite unui pacient apropiat față de cele ale unuia îndepărtat. Telemedicina face posibilă descentralizarea serviciilor de sănătate, astfel încât pacientul poate fi tratat aproape de domiciliul său.

Există două tehnologii diferite care fac posibilă funcționarea telemedicinii. Prima, numită *stochează și transmite* (store and forward) este folosită pentru transferul imaginilor digitale de la o locație la alta. Imaginea obținută cu ajutorul unei camere video digitale este stocată pe suport magnetic și apoi transmisă spre destinație. Din categoria aplicațiilor

acestei tehnologii fac parte teleradiologia, telepatologia, teledermatologia etc. A doua se bazează pe *televiziunea interactivă bidirecțională* (two-way interactive television) și se poate utiliza în domenii precum: psihiatrie, medicină internă, cardiologie, pediatrie, obstetrică-ginecologie etc. Tehnologia permite simularea unui consult „față în față” între medic și pacient.

Telemedicina nu este utilizată doar pentru interacțiunea strict profesională medic-pacient, ci și pentru stabilirea legăturilor medic-medic sau pacient-pacient, în vederea schimbului de informații sau a îmbunătățirii educației medicale.

### 4.3. Cibermarketing

Marketingul în lumea virtuală, utilizând Internet-ul, nu este conceptual diferit de cel clasic, dar cunoaște modalități diferite de expresie și o dinamică fără precedent. Evoluția marketing-ului a cunoscut o serie de etape, de la cel clasic, la *telemarketing* (realizat prin telefon sau televiziune), *e-marketing* (realizat prin Internet) și ajungând la *cibermarketing* (realizat prin utilizarea tuturor facilităților oferite de noile tehnologii ale informației și comunicației) [2] [3].

În contextul virtual, marketingul devine indisolubil legat de activitatea de vânzare, de comerțul electronic și de afacerile electronice. Activitățile de cibermarketing rezidă în intersecția a trei domenii – marketing, economie și tehnologie – și are menirea de a trasa un nou trend și de a identifica implicațiile majore pentru afaceri și viața socială. Etapele principale pe care trebuie să le parcurgă o organizație pentru a crea și implementa marketingul online sunt următoarele: clarificarea elementelor majore ale noului tip de marketing în contextul tehnologiei informației și comunicației; identificarea aspectelor cheie ale tehnologiei, care activează capacitățile cibermarketingului; stabilirea exactă a caracteristicilor tehnice și tehnologice care vor fuziona cu aspectele teoretice ale marketingului clasic; înțelegerea aspectelor economice care guvernează emergența noului stil de marketing în contextul utilizării Internet-ului.

Cibermarketingul trebuie privit ca o *politică de informare online* sau ca un *marketing online centrat pe consumator*. Cel mai important element al politicii de marketing orientat pe client îl reprezintă membrii înregistrați ca utilizatori. Forța care guvernează cibermarketingul este clientul. Costul redus și eficiența ridicată ale lumii virtuale, precum și răspândirea mondială a rețelelor de calculatoare conferă marketerilor oportunități fără precedent în ceea ce privește noi segmente țintă ale acțiunilor de marketing, cu predilecție orientate către clienți. Ca urmare a creșterii interactivității, clienții utilizează din ce în ce mai frecvent serviciile oferite, investesc timp pentru înțelegerea lor, rămân mai mult conectați online cu producătorii. Interactivitatea este un factor mai complicat, care depinde de *comunicarea directă* (dialogul este posibil când există o comunicare directă între marketer și client, fără filtre intermediare sau blocări ale feedback-ului), *alegerea individuală* (rețeaua nu este un mediu propriu-zis de comunicare, ci este mai degrabă un motor de transport al sortimentului, părerilor, alegerii și tranzacțiilor) și *tehnologia prietenoasă* (rețeaua poate fi un mediu dificil și provocator pentru unii utilizatori).

## 5. Concluzii

În noua economie vom asista la câteva transformări importante privind munca. Prima, și, poate, cea mai importantă vizează natura ei. Se presupune că accentul va cădea din ce în ce mai mult pe gândire și creație. Produsele create vor fi de natură intangibilă – informație și cunoștințe. Piața forței de muncă se va globaliza: de exemplu, un “muncitor” intelectual din România poate fi angajatul unei societăți de oriunde. Politica angajării va fi a competenței intelectuale pe proiect și nu a angajării pe viață și pentru toți, iar riscurile pentru angajați se vor amplifica. Va crește necesitatea perfecționării continue, diploma de absolvire a unei școli fiind necesară dar nu suficientă. Relațiile dintre angajator și angajat se vor baza tot mai mult pe cooperare și mai puțin pe subordonare. De asemenea, va crește ponderea telemuncii în totalul formelor de muncă. Piața forței de muncă va fi influențată de efectul “*telestroika*”, al liberalizării și globalizării informațiilor și comunicațiilor, în care tot mai multe activități sunt desfășurate de *e-cetățeanul* societății contemporane.

Utilizarea pe scară largă a tehnologiei informație și comunicațiilor (TIC) și, în consecință, investițiile tot mai ample în acest domeniu, au dat naștere paradoxului productivității TIC, care înregistrează o creștere sub așteptări și, în consecință, poate conduce la posibilitatea nerecuperării cheltuielilor efectuate. Acest lucru se datorește faptului că există o diferență, uneori destul de mare, între “tehnologia oferită” (ceea ce se cumpără și se instalează) și “tehnologia utilizată” (ceea ce înțeleg angajații să utilizeze, după gradul de pregătire, cultură și adaptare). Pentru a determina utilizarea la maximum a TIC și a reduce riscul generat de compromiterea informatizării societății, datorată unor eventuale eșecuri economice, este necesară educația permanentă a tuturor lucrătorilor.

## Referințe bibliografice

- [1] Duval G., Jacot H., Le travail dans la société de l’information, Éditions Liaisons, Paris, Franța 2000
- [2] Hanson W., Principles of Internet Marketing, South-Western College Publishing, Ohio, SUA 2000
- [3] Vervest P., Dunn A., How to Win Customers in the Digital World, Springer, Germania 2000
- [4] Liikanen, E., Is there a third way for the Internet in Europe?, Global Internet Summit, Barcelona, 22 mai 2000
- [5] Blaug M., Economic Theory in Retrospect, Eitura Didactică și Pedagogică, București 1992
- [6] Roșca Gh. I. ș.a., Internet și Intranet. Concepte și aplicații, Editura Economică, București, 2000
- [7] Nica D., Guvern, cetățean, societate informațională, Editura Semne, București, 2001