

## ***România după 20 de ani: de la clasa muncitoare spre o clasă creativă***

**Ramona Pavel<sup>1</sup>**

*Universitatea din București, Facultatea de Sociologie și Asistență Socială*

**Sursa:** Revista Inovația Socială nr. 2/2011 (iulie - octombrie) pp. ...

**URL stabil:** <http://inovatiasociala.ro/index.php/jurnal/article/view/117>

**Publicată de:** Institutul de Cercetare a Calității Vieții

---

Revista Inovația Socială este o revistă online creată în cadrul proiectului „Inovația Socială - Factor al dezvoltării socio-economice”, proiect coordonat de Prof.dr. Cătălin Zamfir în cadrul Institutului de Cercetare a Calității Vieții. Această revistă utilizează politica liberului acces la conținut, pornind de la principiul conform căruia cercetarea deschisă publicului sporește schimbul global de cunoaștere. Inovația socială este o revistă electronică pe care cititorii o pot urmări pe măsură ce este scrisă și pe care o pot scrie ei înșiși. Revista va avea o apariție bianuală, dar fără a avea o dată de apariție, ci un interval în care este scrisă. Astfel, în lunile ianuarie-iunie 2009 va fi scris primul număr. În perioada respectivă, pe platforma online vor fi publicate în timp real contribuțiile și dialogurile generate între cititori și contribuitori.

Prin accesarea articolelor din arhiva Revistei Inovația Socială indicați acceptarea termenilor și condițiilor de utilizare care sunt disponibile la adresa <http://www.inovatiasociala.ro/> care indică, în parte, faptul că puteți utiliza copiile articolelor doar pentru utilizare personală, necomercială. Vă rugăm să contactați redacția pentru alte tipuri de utilizare la adresa [contact@inovatiasociala.ro](mailto:contact@inovatiasociala.ro).

Orice copie a materialelor din Revista Inovația Socială trebuie să conțină aceeași notă de drepturi legale, așa cum apar acestea pe ecran sau tipărite.

## România după 20 de ani: de la clasa muncitoare spre o clasă creativă<sup>2</sup>

### 1. Provocările pieței muncii în era globalizării.

Era globalizării și a vitezei a impus transformări esențiale în viața majorității oamenilor mai ales din perspectiva muncii. Relația dintre muncă și nemuncă a devenit tot mai complexă, fapt ce impune ca politicile de pe piața muncii să se centreze pe creșterea numărului de angajați și pe minimizarea angajării precare. Principalul semnal de alarmă îl reprezintă faptul ca majoritatea statelor membre aparținând UE-15 se confruntă cu dificultăți economice și sociale ce necesită adoptarea de măsuri rapide și eficiente pentru redresarea societăților aflate în declin. Nu este de neglijat faptul că Uniunea Europeană (UE), are ca scop crearea unui sens economic și social comune statelor membre, scop ce transcende interesul competitivității internaționale. (Giddens, 2007:126).

Richard Florida a introdus conceptul de „clasa creativă”<sup>3</sup> alcătuită din persoane ce provin din medii diverse, de toate vârstele, de diferite orientări sexuale, din grupuri etnice diferite, și care fac parte în principal din categoria profesională a managerilor și profesioniștilor înalt calificați și a specialiștilor IT/high-tech. Florida a conceput și un indice de măsurare a distribuției acestei noi clase sociale – *indicele de creativitate*, bazat pe patru factori: procentul clasei creative din totalul forței de muncă, procentul reprezentat de industria high-tech, inovația (măsurată prin numărul de brevete per capita) și diversitatea așa cum este evaluată prin „indicele Gay” (procentul de homosexuali ce își declară deschis orientarea).

Cunoștințele, comerțul, tehnologiile, capitalurile, bunurile și serviciile sunt astăzi mai mult decât oricând interconectate la nivel global. Potrivit studiului „Managing tomorrow’s people – Talent mobility 2020”<sup>4</sup> în următorii 10 ani, competiția pentru talente va continua să fie problema majoră în domeniul resurselor umane, capitalul uman reprezentând una dintre variabilele cheie, ce vor separa învingătorii și învinșii din piață. Creșterea ocupării forței de muncă oferă an de an<sup>5</sup> schimbări ale numărului total de persoanele angajate pe teritoriul economic din țară sau în zonele geografice. Structura ocupațională este în continuă schimbare, fie că este vorba de domeniile de activitate predominante, fie că vorbim de formele de angajare. Proporția forței de muncă angajate cu timp parțial de lucru, a crescut în mod constant de la 15,9% în 1997 la 18,2% în 2007, în UE-27. Cei mai mulți angajați cu fracțiuni de normă sunt înregistrați în Țările de Jos (46,8% în 2007), urmate de Germania, Marea Britanie, Suedia și Danemarca. La polul opus, se află Bulgaria (1,7% dintre angajați au contracte cu timp parțial de muncă), Slovacia (2,6%) și Ungaria (4,1%). Ca tendință generală, femeile sunt mai degrabă angajate cu timp parțial de lucru, rata fiind de aproximativ o treime (31,2%) din totalul femeilor angajate în UE-27, în anul 2007<sup>6</sup>.

Un alt aspect al angajării, ține de durata contractelor de muncă, aspect ce reflectă atât reglementările juridice ale statului respectiv, cât și informații privind cererea și oferta de forță de muncă și ușurința cu care se pot face angajări și concedieri. În rândul statelor membre, proporția forței de muncă angajată prin contract cu durată determinată, variază de la 22,4% în Portugalia, la doar 1,6% în România.

---

2 Lucrarea a fost prezentată în cadrul Primei Conferințe Internaționale a Societății Sociologilor din România - Reconstruind socialul. Riscuri și solidarități noi. Cluj-Napoca, 2-4 Decembrie 2010, la secțiunea „Schimbări în reprezentarea și practica muncii în România după 1989”

3 Giddens, A., Europa în epoca globală, 2007:105

4 Managing tomorrow’s people – Talent mobility 2020, studiu realizat de PriceWaterhouseCoopers, 2010:8-9

5 Europe in figures, Eurostat yearbook 2009, cap. 7 Labour market, 2009:267.

6 Idem, 2009:268

Prioritățile noii strategii Europa 2020 reconfirmă și re poziționează prioritățile Strategiei Lisabona: grija pentru cetățeni; grija pentru mediul înconjurător; creșterea competitivității; cercetarea și inovarea. Potrivit analizelor UE, noua provocare a pieței muncii o va constitui calitatea locurilor de muncă și nu numărul acestora. Schimbările sociale și tehnologice asociate economiei bazate pe cunoaștere au determinat apariția a noi diviziuni ocupaționale: cel puțin 50% dintre locurile de muncă din economia bazată pe cunoaștere sunt ocupate de *lucrătorii conectați*, cei care folosesc computerul în cea mai mare parte a zilei. Astfel, cererea de forță de muncă, va viza cu precădere persoane cu specializări inedite, înalte, din sfera tehnologiei informației, a dezvoltării durabile, etc.

## 2. Piața muncii din România – context

Fundamentul economic ce a stat la baza modernizării statului român a fost în primul rând proprietatea funciară și, în mai mică măsură, cel puțin în prima jumătate a secolului al XIX-lea, proprietatea industrială. Pe cale de consecință, stratificarea socială a vizat în special, domeniul agrar și relațiile dintre grupurile ce locuiau în mediul rural. Prestigiul, puterea și bogăția proveneau masiv din exploatarea pământului, iar clasele sociale<sup>7</sup> se alcătuiau din această poziție față de proprietatea asupra pământului. Perioada comunistă, caracterizată de distrugerea proprietății private și statuarea proprietății colective ca unică formă viabilă de proprietate a condus la transformări radicale ale claselor sociale. Pe de-o parte, țărănimea, cea mai numeroasă<sup>8</sup> a fost transformată în cooperatori sau lucrători în întreprinderile agricole de stat, statusul de proprietar al țaranului a fost practic desființat, majoritatea locuitorilor satului având dublu status ocupațional: agricol și industrial. Pe de altă parte, clasa muncitoare, având o proporție redusă înainte de anul 1944, a fost investită drept clasă conducătoare în comunism, devenind cea mai numeroasă categorie socială, în pofida dificultăților de adaptare ale exponenților săi (Schifirneț, 2004:39). După 1989, noi și profunde mutații aveau să influențeze alcătuirea societății românești, *“După dislocarea unor mase imense de populație țărănească din sate și angajarea lor în industria ce se construia într-un ritm accelerat, consecința fiind transformarea lor în clasă muncitoare (...) urmașii acestor țărani, pregătiți într-un sistem de școlarizare și de calificare ca muncitori, unii dintre ei de mare performanță, trebuie să migreze spre agricultură, sector pe care nu-l cunosc și, deci, nu dispun de calificarea necesară pentru muncile agricole.”* (Schifirneț, 2004:47)

### 2.1. Piața muncii după 1989 – caracteristici, structură, tendințe.

Piața muncii din România a căpătat o sferă de cuprindere limitată, după 1989, ca urmare a trecerii de la economia planificată la o economie de piață. În plus, experiența ultimilor ani a demonstrat că o parte a relațiilor de muncă din sectorul privat au ieșit de sub incidența pieței organizate și reglementate a muncii, din cauza insuficiențelor legislative sau a curențelor în aplicarea legislației, conjugate cu birocrăția și rigiditatea în raporturile de muncă. Unul dintre marile șocuri ce a izbit societatea românească de după '89 a fost apariția șomajului, sau mai corect spus, scoaterea la suprafață a șomajului care până atunci era mascat sub diferite forme: un număr mare de persoane care lucrau pe o poziție ce ar fi putut fi cu succes îndeplinită de un singur lucrător și implicit salarii foarte mici, întrucât productivitatea

---

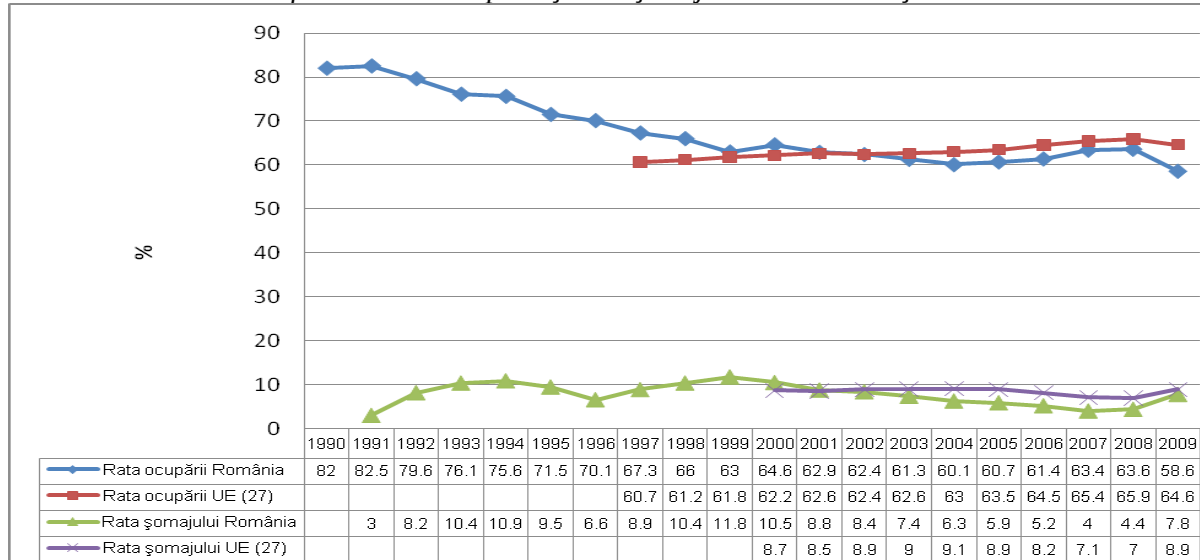
<sup>7</sup> Clasa socială reprezintă o formă de stratificare în care apartenența la diferite grupuri sociale și relațiile dintre acestea sînt determinate în primul rând de criterii economice. Potrivit lui K. Marx, clasele sociale derivă din analiza relațiilor de producție, o clasă socială se constituie ca un grup de indivizi aflați într-o poziție similară față de mijloacele de producție și care îndeplinesc același rol în procesul de producere/însușire a surplusului economic. (Schifirneț, 2004:23)

<sup>8</sup> În perioada interbelică, 80% din populația României aparținea mediului rural, fiind preponderent alcătuită din țărani. (Schifirneț, 2004:39)

muncii era destul de scăzută, sau concedii obligatorii neplătite. (Zamfir apud Preda, 2002:111)

Pentru că după 1989, odată cu economia de piață, apare în mod natural și șomajul, indicator ce a crescut constant până în 2000 (de la valori reduse în primii ani de după revoluție, până la o creștere semnificativă începând cu anii 1993-1994, a cărei principală cauză a reprezentat-o concedierile colective).

Graficul 1: Rata ocupării și rata șomajului în România și UE

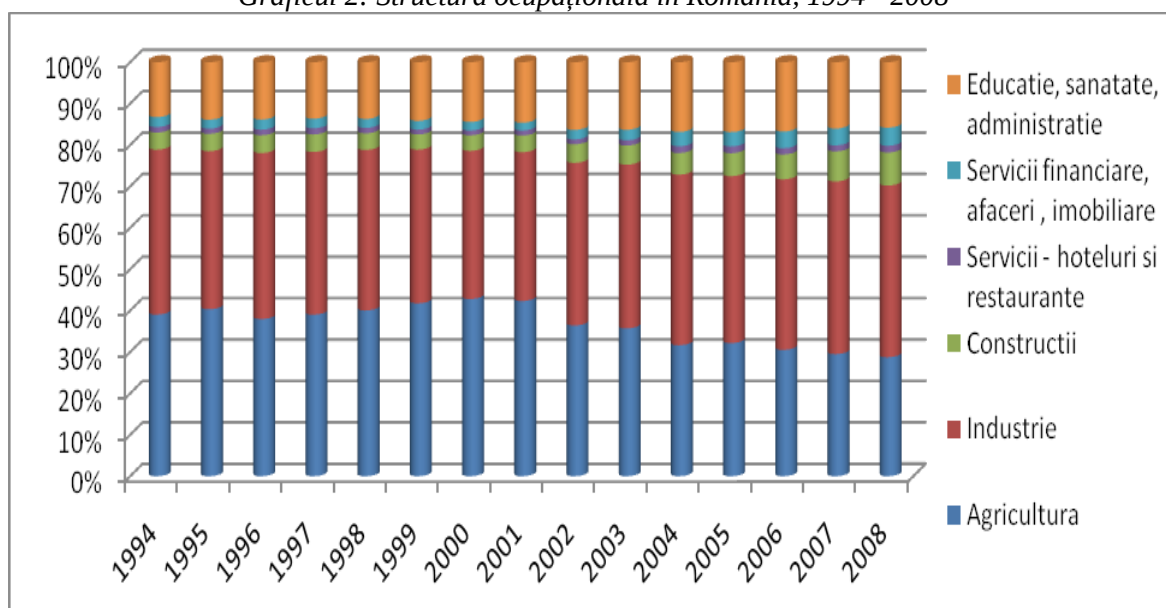


Sursa: studiul ICCV, coord. Mărginean, I. și Precupețu, I., Calitatea Vieții în România 2010:31.

Anul 2005 marchează începutul perioadei de dezvoltare economică, reflectată și prin creșterea ratei de ocupare și reducerea șomajului. Tendințele pozitive înregistrate în această perioadă se modifică începând cu anul 2008 din cauza crizei economice mondiale. Rata șomajului este în creștere pentru prima dată după opt ani, iar rata de ocupare scade sub 60% în 2009, fapt ce ne îndepărtează tot mai mult de media UE (graficul 1) dar și de obiectivul din cadrul Strategiei Lisabona de a atinge o rată de ocupare de 70% până în anul 2010.

În condițiile în care, rata de ocupare a scăzut continuu, de la valori de peste 60% între anii 1994 și până în 2001, la valori situate sub 60% începând din 2002 până în prezent, ponderea lucrătorilor pe cont propriu și a lucrătorilor familiali a crescut semnificativ începând cu anul 2000 perioada de creștere economică ce a urmat recesiunii din 1997 – 1999. Deși cu o tendință descrescătoare după 2001, ponderea în populația ocupată totală a lucrătorilor pe cont propriu a fost de aproximativ 20%, iar ponderea lucrătorilor familiali (contributori) a rămas în jurul a 12%.

Graficul 2: Structura ocupațională în România, 1994 - 2008



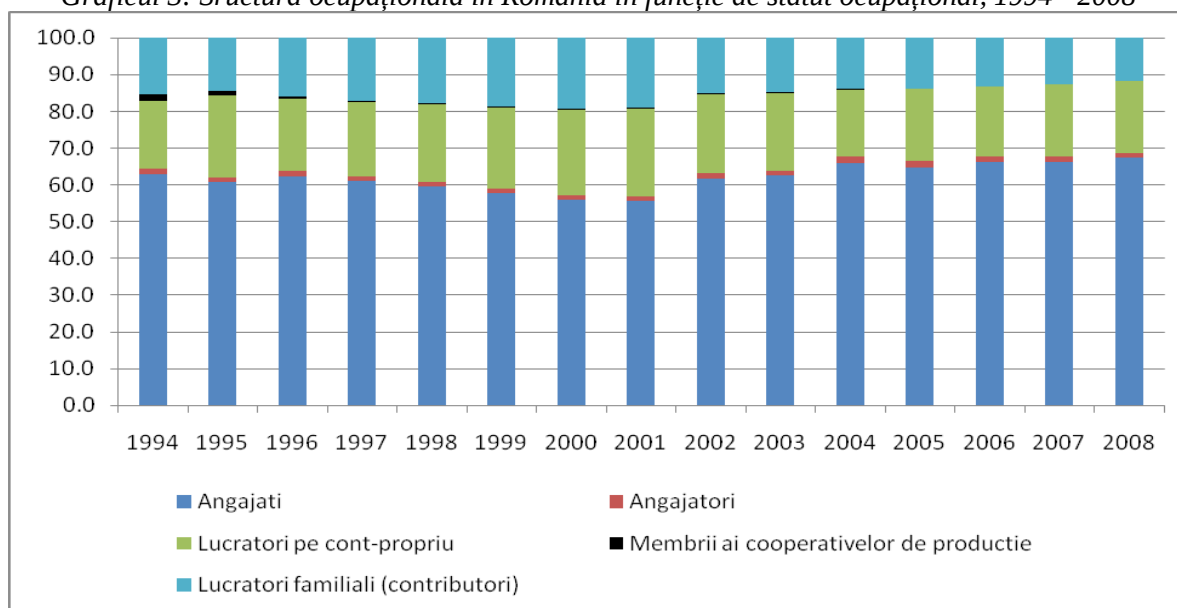
Sursa datelor: Baza de date OCDE, <http://www.oecd.org>, 2010.

Starea de funcționalitate a piețelor, respectiv cea a muncii, este reflectată de dinamica populației totale, a populației ocupate și a numărului de salariați. Reducerea constantă și continuă a populației ocupate în agricultură este evidentă, acest fenomen se explică, pe de o parte prin aceea că programele de modernizare a agriculturii conduc la reducerea populației din acest sector, iar pe de altă parte dezvoltarea economică și socială au stimulat extinderea profesiilor liberale. Un raport<sup>9</sup> al PNUD România a scos în evidență o creștere cu 40% a numărului de întreprinzători. Același raport reliefează scăderea angajaților cu 25% în aceeași perioadă și o creștere a numărului angajaților pe cont propriu. Așa cum reiese din graficul de mai jos, proporția lucrătorilor pe cont propriu și a lucrătorilor familiali este de peste 30%, o valoare destul de mare. Cu toate acestea, mai mult de trei sferturi din această valoare este reprezentată de micii fermieri – aproximativ 4.230.000 ferme individuale<sup>10</sup>. Acest lucru face ca agricultura să rămână sectorul cu cea mai importantă contribuție la ocuparea forței de muncă, fiind totodată și segmentul cel mai puțin afectat de criza economică.

9 A Decade Later: Understanding the Transition Process in Romania, analiză a procesului de tranziție al țării noastre în perioada 1989 – 2001, realizată de PNUD-România, 2001:19

10 Eurostat, Self employment in Europe, 2010:6

Graficul 3: Structura ocupațională în România în funcție de statut ocupațional, 1994 - 2008



Sursa datelor: Baza de date OCDE, <http://www.oecd.org>, 2010.

## 2.2 Flexibilizarea pieței muncii

În epoca globalizării, viețile majorității oamenilor sunt afectate în mod esențial de propriile perspective de muncă. Relația dintre muncă și nemuncă a devenit tot mai complexă. Politicile de pe piața muncii trebuie să se centreze pe creșterea angajabilității și pe minimizarea angajării precare. Date fiind presiunile pe care globalizarea le exercită, piețele muncii suferă transformări ce conduc la situații discontinue de viață cu efecte negative, dar și pozitive, de la probleme de sănătate sau schimbarea relațiilor sociale, la locuri de muncă mai bine plătite sau aducătoare de noi satisfacții. Pentru gestionarea acestor situații, politica celei de-a doua șanse are un rol cheie, furnizarea oportunităților de a o lua de la capăt după momente de cumpănă în muncă, în familie sau în alte domenii. Dacă vechiul stat al bunăstării definea beneficiile în termeni de drepturi (dreptul la muncă, la educație, la beneficii sociale), noul context socio-economic impune statelor o redefinire a bunăstării în termeni de autonomie personală și de respect față de sine.

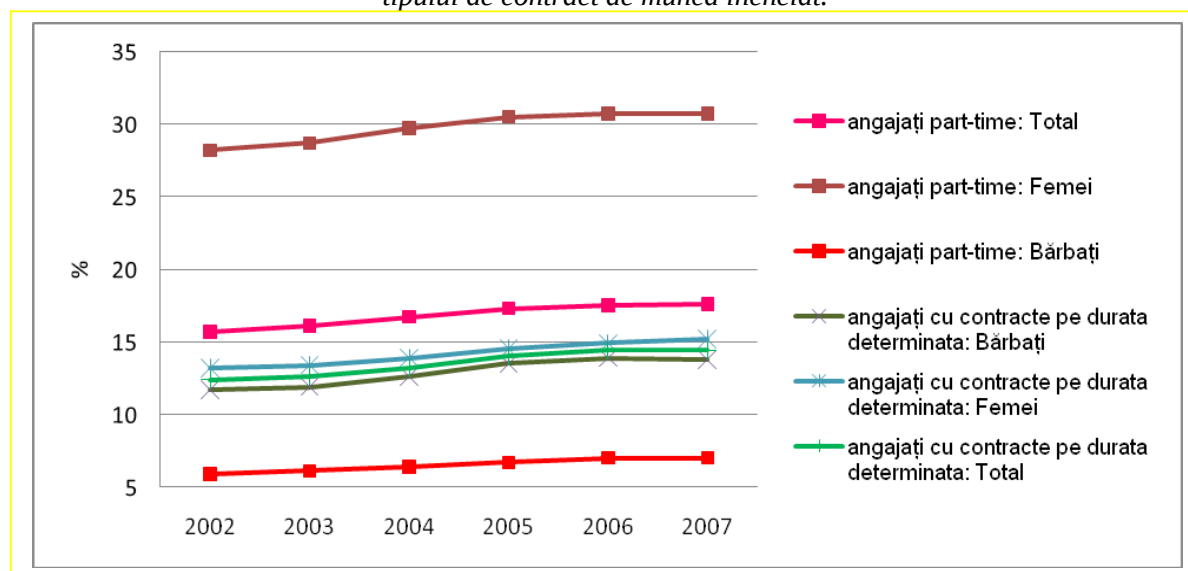
O tendință la nivel mondial o reprezintă nu doar creșterea șomajului dar și răspândirea flexibilizării ocupării (locuri de muncă cu program redus sau variabil, activități independente, munca la domiciliu etc.) fenomene ce au creat o *nouă clasă de non-muncitori* în paralel cu cei care au slujbe stabile. Pentru că procentul din populație care are slujbe stabile la un moment dat este relativ redus, și pentru că majoritatea oamenilor fac parte la un moment dat din această non-clasă a apărut un nou principiu în politicile de ocupare: flexicuritatea ca strategie de consolidare a flexibilității și securității pe piața forței de muncă (Preoteasa, 2009:173)

Flexisecuritatea se referă la o combinație de piețe ale muncii flexibile și un nivel ridicat de securitate a ocupării forței de muncă și a veniturilor acesteia<sup>11</sup>. Scopul politicii privind flexisecuritatea este de a menține și de a îmbunătăți competitivitatea menținând totodată și modelul social european. Accentul major este pus pe asigurarea accesului la oportunitățile de angajare și pe venitul ce decurge din angajare, prin utilizarea forței de muncă, a formării profesionale și a sistemelor de securitate socială într-un mod pozitiv și reciproc sprijinit. Una dintre formele de flexisecuritate o reprezintă promovarea de forme flexibile de ocupare care să permită mai multor persoane participarea pe piața forței de

11 \*\*\*Flexicurity: Indicators on the coverage of certain social protection benefits for persons in flexible employment in the European Union, Final Report Alphametrics Ltd., 2009:3

muncă, oferindu-le posibilitatea de a echilibra munca și alte angajamente cotidiene. În practică, cele mai multe sisteme de securitate socială au fost construite pentru a sprijini majoritatea lucrătorilor angajați cu normă întreagă și mai puțin pentru a răspunde situațiilor atipice, de unde rezultă riscul de a promova flexibilitatea, dar fără securitate. Potrivit datelor Eurostat, proporția angajaților ocupați pe baza contractelor cu durată determinată era în 2007 de 14% din totalul persoanelor ocupate. Așa cum reiese din graficul de mai jos, tendința generală este de creștere a ocupării cu durată determinată, categoriile cu cea mai mare pondere fiind, în funcție de gen - femeile, iar ca grupe de vârstă, tinerii cu vârste între 15-24 de ani.

Graficul 4: Structura ocupării, pe gen, în funcție de durata muncii și de tipului de contract de muncă încheiat.



Sursa datelor: Labour Force Survey, Statistics in Focus, 6/2005, Eurostat, 2010.

### 3. Ce este clasa creativă?

Termenul „clasă creativă” introdus de americanul Richard Florida, are drept caracteristică distinctivă faptul că membrii acesteia sunt implicați în activități creativ-inovative. Nucleul acestei clase este format din oameni de știință, ingineri, profesori universitari, scriitori, poeți, artiști, actori, arhitecți, designeri, oameni de cultură, editori, cercetători, analiști și formatori. În jurul acestui nucleu, se adaugă clasei creative și un nucleu de *profesioniști creativi* – lucrători cu o calificare înaltă, care lucrează în alte domenii ca: high-tech, servicii financiare, sectorul juridic, serviciile din sănătate, business etc. (Florida, 2002:11). După cum se observă, Florida construiește definiția clasei creative punând accent pe profesii și nu pe ramurile economiei, deoarece în fiecare industrie se pot întâlni oameni angajați în activități creative și/sau inovatoare. Tocmai din acest motiv, o definiție clară este dificil de statuat, iar măsurarea și delimitarea clasei creative este încă problematică.

Elementul central al dezvoltării sociale și economice îl reprezintă recunoașterea importanței și utilizarea potențialului creativ al indivizilor și societăților, ca proces creativ de schimbare socială. Aserțiunea de mai sus este pragmatic ilustrată de teoria lui Richard Florida privind dezvoltarea regională bazată pe creativitate, potrivit căreia inovația tehnologică, dezvoltarea de noi firme și dezvoltarea regională sunt toate legate de cei „trei T” ai dezvoltării economice: tehnologie, talent, și toleranță, fără de care inovația, antreprenoriatul și creșterea economică sunt mai puțin favorizate. Florida caracterizează creativitatea ca fiind un concept cu multiple fațete și dimensiuni din care distinge clar trei tipuri de creativitate interconectate:

- creativitate tehnologică: inovația,
- creativitate economică: antreprenoriatul
- creativitate culturală și artistică.

Hans J. Eysenck (2005:27) a prezentat un set de variabile „cognitive”, „de mediu” și „de personalitate” care interacționează pentru a produce rezultate creative. Această teorie subliniază importanța factorilor socio-culturali în evaluarea creativității ca proces social.

Tabel 1: Variabile ce contribuie la apariția creativității ca proces social

<b>Variabile cognitive</b>	- Inteligența - Cunoștințele - Abilitățile tehnice - Talente speciale	<b>Creativitatea ca realizare/rezultat</b>
<b>Variabile de mediu</b>	- Factori politico-religioși - Factori culturali - Factori socio-economici - Factori educaționali	
<b>Variabile ale personalității</b>	- Motivația interioară - Încrederea - Non-conformismul - Creativitatea (ca trăsătură de caracter)	

Sursa: Hans J. Eysenck, “The Measurement of Creativity”, în A study on creativity index, 2005:27.

După cum reiese din tabelul de mai sus, rolul factorilor de mediu este esențial, întrucât aceștia sunt cel mai ușor de controlat și influențat din perspectiva politicilor publice. Creșterea economică regională este indusă de oameni creativi, care preferă zone caracterizate de diversitate, toleranță, deschidere și inovație. Pentru a stimula dezvoltarea, o regiune trebuie să creeze condițiile favorizante pentru inovație, artă, cultură și diversitate, fiecare dintre cele trei tipuri de creativitate potențându-se ulterior unul pe altul. Cum spunea marele urbanist Jane Jacobs cu patruzeci de ani în urmă, creativitatea înflorește atunci când „mediul le permite oamenilor cu diferite stiluri de viață, culturi și etnii să interacționeze (...) și acolo unde indivizii cei mai diferiți sunt încurajați să își transpună ideile și talentul în inovație și bunăstare”(Florida, 2002:3,15)

Clasa creativă nu este doar o formă de capital uman, ea se constituie din oameni creativi - factor cheie în creșterea economică. Specificul acestei categorii sociale, este că deciziile de stabilire în anumite regiuni, sunt luate în urma evidențierii anumitor factori favorizanți, în loc să se conchidă că aceste regiuni sunt binecuvântate cu oameni creativi. Diversitatea este unul dintre acești factori care cresc șansele ca un loc să atragă diferite tipuri de oameni creativi, cu diferite competențe, calificări sau idei. Tot Florida susține că locurile care sunt deschise spre creativitatea de orice fel (tehnologică, culturală, sau economică) reflectă un mediu favorizant pentru asumarea riscurilor și astfel, va stimula antreprenoriatul și dezvoltarea socială (Florida, 2002:8-11). Cercetările existente din domeniu, abordează o varietate de subiecte, cum ar fi relația dintre creativitate și antreprenorat, geografia talentului, dezvoltarea economică regională, și rolul sistemului academic în crearea și dezvoltarea clasei creative. Creativitatea este frecvent asociată cu spiritul antreprenorial. Antreprenorii se diferențiază de micii proprietari de afaceri prin creativitatea cu care dezvoltă produse inovative și noi modele de afaceri. De aceea creșterea veniturilor și a angajării sunt adesea asociate cu spiritul antreprenorial. Potrivit teoriei lui Schumpeter (1947), inovația și schimbările tehnologice sunt rezultatul



inițiativelor antreprenoriale de identificarea unor soluții creative pentru probleme mai vechi sau mai actuale. Astfel, s-a conturat ipoteza că prezența oamenilor creativi este necesară pentru spiritul antreprenorial și pentru dezvoltarea economiei (Pratt și alții, 2008:216).

Având ca punct de plecare, teoria privind capitalul creativ a lui Florida și cadrul conceptual derivat din capitalul uman, social și cultural, o echipă de cercetători ai Universității din Hong Kong, caracterizează creativitatea ca *“proces social modelat și influențat continuu de valorile, normele și practicile capitalului social și cultural dar și de nivelul de dezvoltare a capitalului uman”* (Hui, Desmond; NG Chun-hung; Mok, Patrick; Fong, Ngai; Chin Wan-kan; Yuen, Christina, 2005:40). Dacă abilitatea de a crea, este comună celor trei forme de capital mai sus menționate, concretizarea acțiunii creatoare este condiționată de disponibilitatea și accesul la facilități, instituții, piață și facilitatori sociali, sau, altfel spus „capitalul structural/instituțional”. Efectele cumulate și interacțiunea dintre aceste diferite forme de capital sunt rezultatele creativității, care ar putea fi măsurate în termeni de rezultate economice, servicii, activități de stimulare și orice alte forme de bunuri de creație.

În Europa, potrivit unui studiu<sup>12</sup> care pornește de la teoria lui Florida referitoare la clasa creativă, a fost realizat un proiect de cercetare privind rolul acesteia în dezvoltarea socială. Studiul, realizat în opt state (Danemarca, Elveția, Finlanda, Germania, Marea Britanie, Norvegia, Olanda și Suedia) a confirmat ipotezele lui Florida, cu privire la clasa creativă și efectele acesteia asupra dezvoltării regionale. Rezultatele studiului european ilustrează o inegalitate majoră în distribuție a clasei creative în Europa arătând că un mediu favorabil toleranței, deschiderii și diversității are un efect pozitiv asupra distribuției clasei creative. Clasa creativă nu este atrasă în mod deosebit de zonele puternic urbanizate în sine, existența serviciilor de sănătate și educație foarte dezvoltate, influențează în plan secundar sau chiar deloc prezența clasei creative.

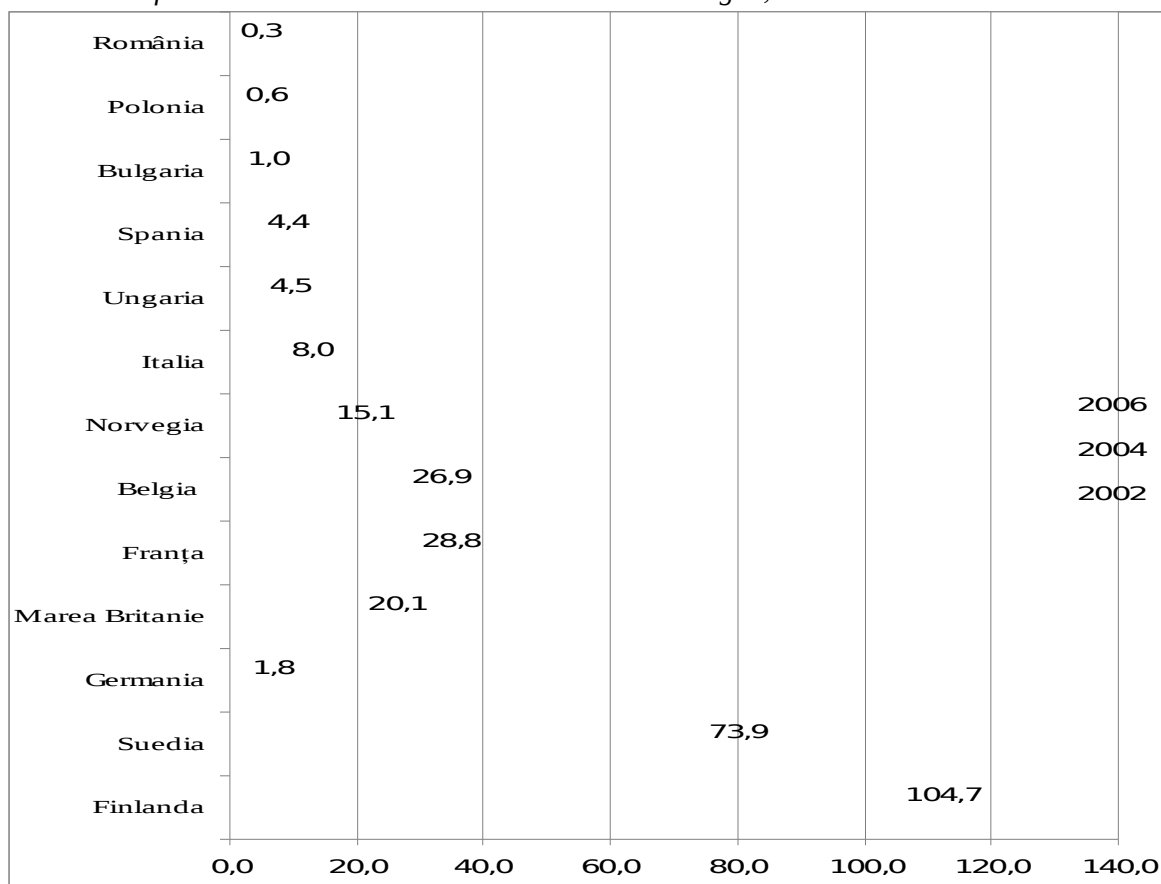
### **3.2 Structura ocupațională și apariția clasei creative în România**

Abordarea inovativă poate crea locuri de muncă, și poate îmbunătăți productivitatea și calitatea locurilor de muncă existente. Pentru a produce însă aceste efecte, inovația trebuie să pătrundă pe piață și aceasta nu se poate întâmpla fără politici de promovare a cercetării și inovării care să asigure reglementarea publică, stimulente fiscale și pârghii de achiziții publice. Toate acestea trebuie activate de către autoritățile publice, atât la nivelul UE cât și la nivelul statelor membre. Graficul 5 ilustrează situația țării noastre în raport cu alte state membre în ceea ce privește numărul de brevete de înaltă tehnologie (european high-technology patents) din ultimii ani. Datele se referă la raportul dintre cererile de brevet efectuate direct la Oficiul European de Brevete sau prin intermediul Tratatului de cooperare în domeniul brevetelor. Sunt clar evidențiate trei grupe de state: state cu un număr redus de brevete sub 10 brevete la un milion de locuitori, între care Bulgaria, România, Polonia sunt codage; state cu un număr de brevete cuprins între 10 și 50 la un milion de locuitori – Belgia, Franța, Germania, Marea Britanie și Norvegia și state cu rezultate remarcabile și o adevărată „tradiție” în inovație cum sunt Suedia și Finlanda.

---

<sup>12</sup> Studiu realizat de către Ministerul Dezvoltării Regionale din Polonia privind Viitorul Regiunilor Europei (The future of European Regions ), Boschma, Ron A., Fritsch, Michael (2007), *Creative Class and Regional Growth in Europe*.

Graficul 5: Numărul de brevete în domeniul tehnologiei, la un milion de locuitori



Sursa datelor: Baza de date Eurostat, secțiunea Cercetare Dezvoltare Inovare, 2010.

Datele statistice referitoare la România reflectă slaba dezvoltare a activităților industriale și lipsa interesului pentru inovare, în condițiile în care inovația este principalul resort al dezvoltării. Potrivit lui Ștefan Iancu, industria națională are carențe majore la toate cele trei elemente-cheie ale angajării tehnologiei în promovarea produselor inovative pe piețele naționale europene și mondiale: educația tehnică, investițiile și competiția (Iancu, 2001:8).

România a cheltuit în 2008, 0,59% din PIB pentru cercetare și dezvoltare, cea mai mare parte a banilor provenind din fonduri publice (70,1%) și doar 23,3% având ca sursă întreprinderile<sup>13</sup>. Investițiile scăzute ale mediului privat în cercetare și inovare se pot explica, pe de-o parte prin gradul de dezvoltare scăzut al țării noastre, dar și prin neconcordanța sau neadaptarea domeniului de cercetare-inovare la cerințele pieței și a mediului de afaceri. În sprijinul acestei afirmații stau datele INSSE, care arată că cercetarea aplicativă a avut în 2008, o ușoară scădere de 2,2 puncte procentuale, de la 44,7% în 2007, la 42,5% din cheltuielile totale aferente cercetării și dezvoltării. Pentru dezvoltarea experimentală, din cheltuielile totale au fost alocate numai 8%. Alocările bugetare pentru acest domeniu, reflectă și ratele scăzute ale populației ocupate în domenii de cercetare, inovare, tehnică, și, in extenso, reflectă rezultatele din acest domeniu.

În țara noastră, structura ocupațională este într-o dinamică permanentă, noua stratificare socială fiind caracterizată de creșterea ocupării în sectorul serviciilor și o

13 Institutul National de Statistică (INSSE), Baza de date Tempo, 2009

îmbunătățire a ocupării în domenii asociate clasei creativ-inovative: ocupațiile intelectuale și științifice și profesioniștii din domeniul tehnic.

Tabel 2: Structura ocupațională în România (% din totalul populației ocupate)

An Ocupație (clasificare ISCO-88)	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Legislatori, înalți funcționari și conducători/ manageri	2.2	2.2	2.2	2.6	2.4	2.8	2.9	2.9	2.7	2.5
Specialiști (cu ocupații intelectuale și științifice)	6.2	6.4	6.4	7.2	7.5	8.4	8.7	9.3	9.4	10.1
Tehnicienii și profesioniștii asociați	8.2	8.1	8.3	9.2	9.1	9.0	9.1	9.2	9.2	9.2
Funcționari	3.9	3.9	3.7	4.1	4.0	4.4	4.3	4.2	4.4	4.8
Lucrători, operatori în comerț și asimilați	6.7	6.8	7.2	7.9	8.1	9.2	9.3	9.8	10.1	10.1
Lucrători calificați în agricultură și piscicultura	38.5	39.7	38.2	32.9	32.6	26.8	26.9	24.9	25.1	23.7
Muncitori și meseriași	17.7	16.5	16.1	17.9	17.8	17.7	16.6	16.5	16.3	16.3
Operatori pe instalații, mașini și asamblori de mașini, echipamente și alte produse	10.4	10.2	10.2	11.1	11.2	11.8	11.7	12.0	11.6	12.0
Muncitori necalificați	6.2	6.3	7.7	7.2	7.3	9.8	10.5	11.1	11.3	11.3

Sursa datelor: Baza de date statistice OIM, <http://laborsta.ilo.org>, 2010.

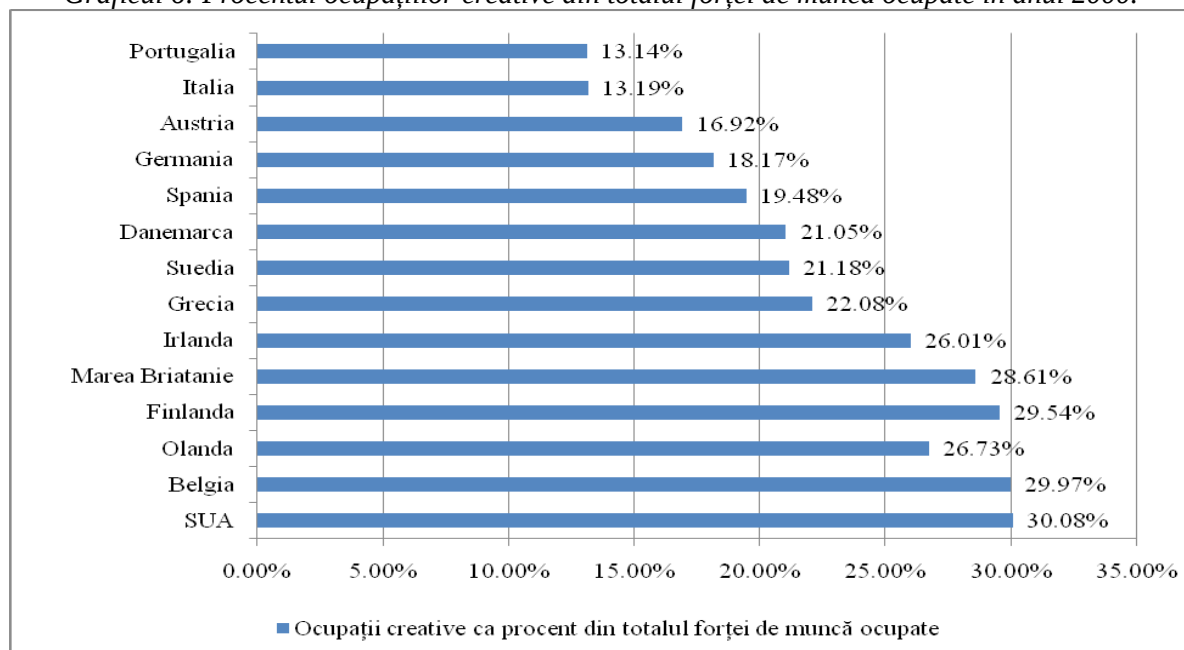
De asemenea, așa cum reiese din tabelul de mai sus, ponderea muncitorilor necalificați a crescut continuu, situație îngrijorătoare deoarece această categorie profesională are șanse mici să depășească această zonă de ocupare sau să dobândească noi competențe prin formare profesională. Nu este de neglijat această creștere a numărului de muncitorilor necalificați, cu atât mai mult cu cât statutul profesional este unul dintre indicatorii ce oferă informații importante despre venit, nivel de educație și stilul de viață al categoriei sociale respective, aspecte ce reflectă nivelul de dezvoltare al societății. După cum spunea Corneliu Cârțână, educația, profesia/ocupația și funcția sunt principalele elemente ale ascensiunii și diferențierii sociale, adăugând și faptul că “aspirațiile profesionale ale populației converg în prezent către ocupațiile intelectuale și îndeosebi cele liberale, ocupații cu o pondere redusă în prezent dar cu mari oportunități de piață (Cârțână, 2000:123).

Clasa creativă – ca grupare sau clase de ocupații, așa cum a fost caracterizată de Florida, este compusă din indivizi care se implică în rezolvarea de probleme complexe, ce necesită un nivel ridicat de educație sau de capital uman înalt calificat. Clasa creativă include ocupații din domeniul informatic și matematică, arhitectură, inginerie, științe sociale, educație, formare, știință, precum și din domeniul artei și designului, divertisment, sport, și mass-media și, de asemenea, profesii și ocupații ce au la bază utilizarea de cunoștințe, inclusiv ocupații din management, afaceri, operațiuni financiare, profesii juridice, medicale, ocupații tehnice, de vânzări și managementul vânzărilor.

Un studiu privind evoluția clasei creative în Europa<sup>14</sup>, a scos în evidență apartenența unui procent semnificativ din forța de muncă angajată, la clasa creativă în anul 2000, în state ca Belgia, Olanda, Finlanda, Marea Britanie și Irlanda și state a căror tranziție la economia creativă și implicit la o structură ocupațională creativă este mai lentă. Printre acestea din urmă sunt menționate Italia și Portugalia cu mai puțin de 15%.

<sup>14</sup> Florida, R. și Tinagli, I. *Europe in the creative age*, studiu realizat pentru a măsura dimensiunile clasei creative din Uniunea Europeană, 2004:14.

Graficul 6: Procentul ocupațiilor creative din totalul forței de muncă ocupate în anul 2000.



Sursa: grafic preluat și adaptat din studiul *Europe in the creative age*, Florida și Tinagli, 2004:14.

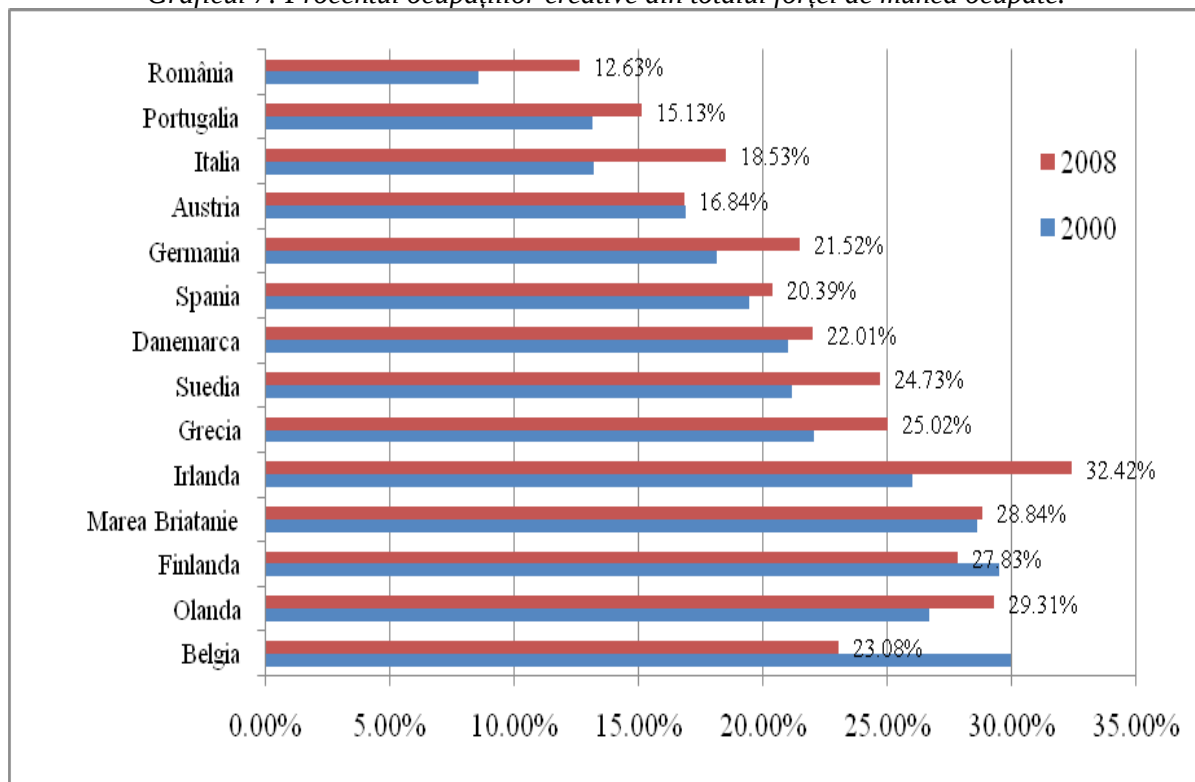
În vederea obținerii de date comparabile, autorii studiului, Florida și Tinagli, au utilizat datele statistice ale Organizației Internaționale a Muncii (OIM) pentru a analiza 13 state din UE și date ale Biroului de Statistică a muncii din Statele Unite ale Americii (SUA) pentru datele naționale SUA. Indicele clasei creative din UE are la bază clasificarea profesiilor după standardul ISCO-88 și include primele două grupe majore (grupa 1. Legiuitori, înalți funcționari și conducători și grupa 2. Specialiști (cu ocupații intelectuale și științifice)) acoperind oamenii de știință, ingineri, artiști, muzicieni, arhitecți, manageri, profesioniști și alții, ale căror locuri de muncă presupun activități creative sau conceptuale. (Florida și Tinagli, 2004:14).

Deși nu face parte din statele analizate de Florida și Tinagli (graficul 6), țara noastră înregistra în același an, un procent de 8.56%<sup>15</sup> ocupații creative din totalul forței de muncă ocupate.

Pentru a pune în evidență modificările apărute în structura ocupațională am calculat proporția ocupațiilor creative din totalul forței de muncă ocupate pentru anul 2008, alăturând aceste date celor din anul 2000. După cum se observă România se află printre statele cu rate destul de mici ale casei creative, însă înregistrează alături de Italia și Irlanda printre cele mai mari creșteri în decursul perioadei de referință.

<sup>15</sup> Procentul ocupațiilor creative din totalul forței de muncă ocupate a fost calculat utilizând aceeași metodă de calcul folosită de către cei doi autori și aceeași bază de date - OIM: <http://laborsta.ilo.org>

Graficul 7: Procentul ocupațiilor creative din totalul forței de muncă ocupate.



Sursa: Baza de date statistice a Organizației Internaționale a Muncii (OIM)- <http://laborsta.ilo.org>, 2010.

Notă: Procentul clasei creative din UE are la bază clasificarea profesiilor după standardul ISCO-88 și reprezintă proporția profesiilor din grupa 1și 2 din totalul forței de muncă ocupate.

Un studiu recent referitor la clasa creativă din România, publicat în *Romanian Economic Journal* aduce informații valoroase despre conturarea clasei creative în țara noastră și despre potențialul de dezvoltare pe care îl conține. Autorii studiului au pornit de la metodologia utilizată de Florida, adaptând-o însă pentru a permite „evidențierea parametrilor economici și socio-culturali ai sectorului creativ european” (Bobircă, A., Drăghici, A., Dumitrescu, S. și Mihuț, O, 2009: 120). Studiul de caz asupra României are ca ax principal conceptul de *conomie creativă* sumă a *industriilor creative*, având următoarele particularități:

- sunt bazate pe activități intelectuale, parte a economiei bazate pe cunoaștere;
- includ activități de concepere, producție și distribuție a bunurilor și serviciilor din sfera artistică sau științifică, respectiv în active intangibile culturale sau informaționale/codificabile (ca proprietate intelectuală);
- au capacitatea de a genera venituri din comercializarea produselor și serviciilor creative, precum și din exploatarea drepturilor de proprietate intelectuală;
- au potențialul de a genera creștere economică sustenabilă, promovând incluziunea socială, diversitatea culturală și dezvoltarea umană.

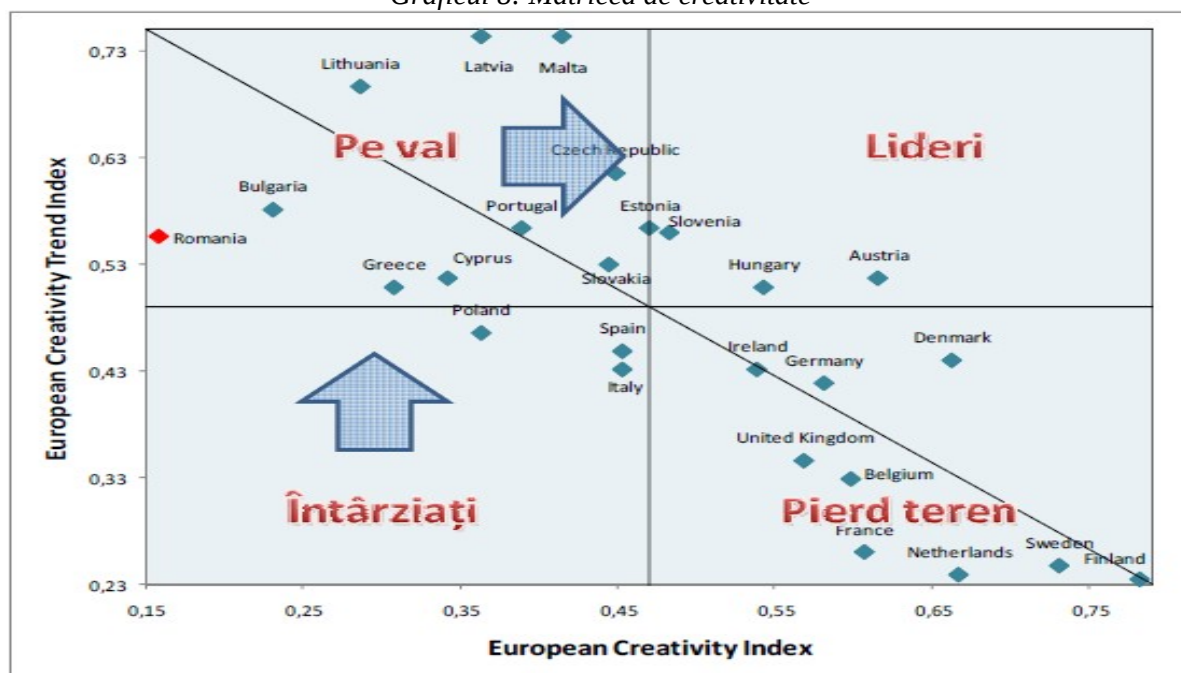
Asumând caracteristicile de mai sus în sensul cel mai larg, economia creativă din țara noastră înglobează potrivit studiului menționat, următoarele categorii de industrii:

- industrii creative preponderent artistice: arte vizuale: pictură, sculptură, antichități, fotografie; arte interpretative - spectacole de: muzică, teatru, operă, dans, circ;
- industrii creative cu conținut preponderent cultural: patrimoniu cultural: monumente istorice, muzee și colecții; patrimoniu imaterial: tradiții, artizanat, festivaluri, sărbători tradiționale, arte locale; alte instituții/activități culturale: biblioteci, arhive, expoziții;

- industrii creative producătoare de conținut media: tradițional (tipărituri: cărți și broșuri, manuale, cursuri, ziare și alte publicații; filme; programe de televiziune; radio); digital: software, jocuri informatice, alte categorii de conținut creativ digitalizat;
- industrii creative producătoare de active intangibile (input-uri intermediare): design (interior, grafic, vestimentar, industrial); publicitate; arhitectură;
- industrii conexe: producători de hardware; producători de aparatură și dispozitive suport; alte sub-sectoare ale industriei tehnologiei informației și comunicațiilor cu rol de suport pentru industriile creative.

Echipa de cercetători coordonată de Bobircă realizează matricea creativității preluând definiția lui Florida (grafic bidimensional care prezintă relația dintre valoarea indicelui de creativitate și scorul ECTI-European Creativity Trend Index<sup>16</sup>, pentru a permite clasificarea statelor în patru categorii: 1) *liderii* sunt țările cu economii creative dezvoltate care cresc într-un ritm accelerat; 2) țările aflate *pe val*, ce înregistrează valori mai mici ale indicelui de creativitate, dar au rate ridicate de creștere 3) *țările care pierd teren* - au indicele creativității la valori ridicate dar nu reușesc să mențină o rată de creștere a capacității lor creative și 4) *țările întârziate*, care au și economii creative subdezvoltate și capacitate scăzută de recuperare a diferențelor față de competitori (2009:127). Poziționarea României în grupul țărilor cu scoruri mici ale indicelui de creativitate, dar cu rate relativ ridicate de creștere, include țara noastră între statele europene aflate în proces de îmbunătățire.

Graficul 8: Matricea de creativitate



Sursa: grafic preluat din Bobircă, și alții, 2009:136.

#### 4. Considerații finale despre creativitate, inovație și dezvoltare

Antropologul american Charles Edward Gray, susținea încă din 1966, că pe termen foarte lung, fluxurile de dezvoltare a statelor occidentale civilizate pot fi ilustrate de măsurile acestora de a promova creativitatea de-a lungul timpului. Astfel, ideea că prezența indivizilor creativi este necesară pentru dezvoltarea antreprenoriatului și a dezvoltării economiei, nu este nouă, deși punerea în aplicare a acestei idei ca strategie de dezvoltare regională, prin lucrarea

16 Tendința Indicelui European de Creativitate

lui Richard Florida *The Rise of Creative class* (2002) a condus la apariția a numeroase cercetări și studii privind clasa creativă.

Așa cum rezultă și din matricea creativității, indicele european de tendință a creativității (ECTI) ce caracterizează țara noastră este unul ridicat, depășind valori ale unor țări precum Austria, Danemarca, Germania, Italia, Spania, Suedia, etc., ceea ce înseamnă că potențialul de dezvoltare a clasei creative din România este în creștere, în pofida curenților pe care încă le înregistrăm la categoria variabilelor de mediu (tabel 1).

Contextul economico-social actual, caracterizat de comprimarea și instabilitatea pieței muncii impune identificarea de soluții creativ-inovative care să răspundă complexității nevoilor și problemelor sociale apărute din cauza crizei economice. și prin prisma acestor nevoi, clasa creativă românească se va consolida și va contribui la dezvoltarea socială a României. Alinierea țării noastre la tendințele mondiale ale economiilor bazate pe cunoaștere și servicii este un proces în desfășurare, iar forța de muncă înalt calificată și tot mai competentă este factorul ce va accelera acest proces. Aceasta deoarece, structura ocupațională și dinamica pieței muncii sunt direct influențate și influențează la rândul lor avansul tehnologic și evoluția consumului, reflectând astfel nivelul de dezvoltare și prosperitate a societății.

**Bibliografie:**

Bobircă, A., Drăghici, A., Dumitrescu, S. și Mihaș, O. (2009) Măsurarea Economiei Creative – Studiu de caz România, *The Romanian Economic Journal*, no. 43 (4), p.117-144.

Boschma, R.A., Fritsch, M. (2007) Creative Class and Regional Growth in Europe, disponibil online în 12.09.2010, la adresa:

[http://www.wiwi.unijena.de/uiw/publications/pub\\_since\\_2004\\_/2007/Boschma%20&%20Fritsch%20Creative%20Class%20and%20Regional%20Growth%202007.pdf](http://www.wiwi.unijena.de/uiw/publications/pub_since_2004_/2007/Boschma%20&%20Fritsch%20Creative%20Class%20and%20Regional%20Growth%202007.pdf)

Cârțână, C. (2000) Mobilitatea socială în România. Aspecte cantitative și calitative la nivel național și în profil teritorial, *Revista Sociologie Românească*, nr.1, p.105-124

Florida, R., Mellander, C., Rentfro, P.J. (2010) The Creative Class, Post-Industrialism and the Happiness of Nations, disponibil online, în data de 1.09.2010, la adresa:

<http://research.martinprosperity.org/papers/CC%20Post%20Indust%20and%20Happiness%20of%20Nations-FORMATTED.pdf>

Florida, R. și Tinagli, I. (2004) Europe in the creative age, London, Demos Publishing, disponibil online la 5.11.2010, la adresa <http://www.demos.co.uk/publications/creativeeurope>

Florida, R. (2002) Entrepreneurship, Creativity, and Regional Development, Carnegie Mellon University, Forthcoming in David Hart volume on Entrepreneurship, disponibil online în 14.09.2010 la adresa:

[http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Entrepreneurship\\_Creativity\\_and\\_Regional\\_Development.pdf](http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Entrepreneurship_Creativity_and_Regional_Development.pdf)

Florida, R. (2002a) The rise of the Creative Class, disponibil online, în 16.09.2010, la adresa: <http://www.washingtonmonthly.com/features/2001/0205.florida.html>

Giddens, A. (2007) Europa în epoca globală, București, Editura Ziua.

Gray, Ch. E. (1966) A Measurement of Creativity in Western Civilization, in *American Anthropologist*, Volume 68, pages 1384–1417,

Hui, D., NG Chun-hung, Mok, P., Fong, N., Chin Wan-kan, Yuen, Ch., (2005), A Study on creativity index The Centre for Cultural Policy Research, The University of Hong Kong, <http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/Cultdiv/Hui.pdf>

Iancu, Șt. (2001) Potențialul creativ românesc – resursa necesară pentru o dezvoltare durabilă, disponibil online la data de 5.08.2010 la adresa: <http://www.racai.ro/INFOSOC-Project/23Iancu.pdf>

Mărginean, I., Precupețu, I. (coord.) (2010) Calitatea vieții în România 2010, București, Editura Expert

Pratt, D.J., Noris, D.N.Jr., Marler, L.E. (2008) Research Frontiers for the Creative Class, lucrare prezentată în cadrul conferinței anuale National Collegiate Inventors & Innovators Alliance, disponibil online la data de 16.09.2010, la adresa:

<http://nciia.org/conf08/assets/pub/pratt.pdf>

Preda, M. (2002) Politica socială românească între sărăcie și globalizare, Iași, Editura Polirom.

Preoteasa, A.M. (2009), Cercetarea politicilor sociale, Iași, Editura Lumen.

Schifirneț, C. (2004) Sociologia profesiilor – suport de curs, București,

Strenberg, R.J. (1999), Handbook of Creativity, New York, Cambridge University Press. Disponibil online 14.09.2010, la adresa

[http://books.google.ro/books?id=d1KTEQpQ6vsC&dq=Robert+Sternberg.+Handbook+of+Creativity&printsec=frontcover&source=bn&hl=ro&ei=XSCPTK7oOMqSs\\_wbm9JSbDA&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=4&ved=0CC4Q6AEwAw#v=onepage&q&f=false](http://books.google.ro/books?id=d1KTEQpQ6vsC&dq=Robert+Sternberg.+Handbook+of+Creativity&printsec=frontcover&source=bn&hl=ro&ei=XSCPTK7oOMqSs_wbm9JSbDA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CC4Q6AEwAw#v=onepage&q&f=false)

\*\*\* Europe in figures, Eurostat yearbook 2009, cap. 7 Labour market



\*\*\*European Commission Report on European Research 2008/2009, disponibil online în 17.08.2010, la adresa: <http://ec.europa.eu/research/research-eu>,

\*\*\*Flexicurity: Indicators on the coverage of certain social protection benefits for persons in flexible employment in the European Union, Final Report Alphametrics Ltd., 2009, disponibil online în 6.08.2010, la adresa:

<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=102&langId=ro>,

\*\*\*Labour Force Survey, Statistics in Focus 6/2005, Eurostat, 2010

\*\*\*Managing tomorrow's people – Talent mobility 2020, studiu realizat de PriceWaterhouseCoopers, 2010, disponibil online în 05.08.2010, la adresa:

<http://www.pwc.com/gx/en/managing-tomorrows-people/future-of-work/pdf/talent-mobility-2020.pdf>

\*\*\*Baza de date statistice a Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE) <http://www.oecd.org>

\*\*\*Baza de date statistice a Organizației Internaționale a Muncii (OIM), <http://laborsta.ilo.org>

\*\*\**Tempo - Baza de date a Institutului Național de Statistica, [www.insse.ro](http://www.insse.ro).*