

# MARK TO MARKET, A NEW WAY OF MARKETING ALL AVAILABLE RESOURCES

*Ion PÂRGARU<sup>1</sup>, Felicia STĂNCIOIU<sup>2</sup>*

## Rezumat

*This paper highlights the idea of free markets that are underlined by the pressure developed by economic and ecological forces that integrate and streamline consumerism, technological advance and fast food (from Apple to McDonald's) and this way offering us the advanced world under one headline: McWorld, a world connected through technology, ecology, communication and commerce. We also try to explain where are we heading to.*

**Cuvinte cheie:** *marketizarea pieței, resurse naturale, transnaționalism*

**Clasificarea JEL:** M21, M3

## 1. INTRODUCERE

Statele evoluează prin uniunile formate sau prin distrugerea unor vechi alianțe, avem aici cazul formării Uniunii Europene, dar și ieșirea de facto a Marii Britanii din UE, iar ca element de analiză contemporan Uniunea Sovietică care a dispărut aproape peste noapte, părțile sale formând noi uniuni între ele sau cu naționalități care împărtășesc aceleași valori din statele vecine. Vechiul stat național conceptualizat interbelic, s-a bazat pe teritoriul și suveranitatea politică care pare să fie o simplă dezvoltare inclusă în tranziția dinspre emergent spre dezvoltat.

Lumea se împarte ideologic în două astăzi. Tendințele avute de forțele estice conduse de un așa zis război sfânt și forțele McWorld operează cu putere egală în direcții opuse, cel condus de sentimente de ură parohiale, cealaltă parte de piețele universalizate, unul recrează vechile granițe subnaționale și etnice, celălalt frontiere naționale care se contemplează în federații (SUA) sau uniunii (UE). Ambele viziuni au un lucru în comun: nu oferă multă speranță cetățenilor de a căuta modalități practice de a se guverna democratic.

Patru imperative alcătuiesc dinamica McWorld: piața, resursă deținute, imperativul sectorului IT&C, și imperativul ecologic. Prin estomparea frontierelor naționale, aceste imperative au obținut o victorie considerabilă asupra fixismului naționalist și particularismul, și nu în ultimul rând asupra formei lor tradiționale, cel mai virulent opponent fiind naționalismul. Realității sunt acum europenii deschiși spre globalizare, spre transhumanța transnațională, utopiștii visează nostalgic la Anglia sau Germania renăscută, poate chiar la un Wales renăscut sau o Saxonia dominant în regiune.

## 2. MARKETIZAREA PIEȚEI

Teoriile marxiste și leniniste ale imperialismului au presupus că găsirea unor piețe în continuă expansiune ar obliga în timp economiile capitaliste bazate pe națiuni care se extind peste limitele granițelor naționale, în căutarea unui imperiu economic internațional. Indiferent de ceea ce s-a întâmplat cu predicțiile științifice ale marxismului, în acest domeniu s-a dovedit ca hipermetropă a analiza efectuată. Toate economiile naționale sunt acum vulnerabile la năvălirea piețelor din aval, piețele transnaționale în care comerțul este liber, monedele sunt

---

<sup>1</sup>Universitatea Politehnica din București

<sup>2</sup>Academia de Studii Economice din București

convertibile aproape perfect, accesul la servicii bancare este deschis, iar contractele sunt executorii în conformitate cu legislația unională. În Europa, Asia, Africa și Pacificul de Sud și în cele două Americi aceste piețe erodează suveranitatea națională și dau naștere unor entități - bănci internaționale, asociații profesionale, lobby-uri transnaționale, cum ar fi OPEC și Greenpeace, servicii de știri mondiale, cum ar fi CNN și BBC, și corporații multinaționale, care din ce în ce nu au o identitate națională semnificativă, care nici să reflecte nici să respecte identitatea națională ca organizator sau principiu reglator.

Imperativul de piață a consolidat, de asemenea, căutarea păcii internaționale și a stabilității, elemente necesare unei economii internaționale eficiente. Piețele sunt anti mărginire, izolare, poziții fricționare sau războaie. Psihologia pieței atenuază psihologia clivajelor ideologice și religioase și presupune o înțelegere între producători și consumatori - categorii care se potrivesc concepute ireal în sens restrâns față de culturile naționale sau religioase. Conceptul de achiziție are puțină toleranță față de legile clasei muncitoare, fie au fost dictate de paternalismul britanic fixist s-au non-tolerant, fie de observarea fundamentalismului ortodox înclinat spre împuternicirea Sabatului, sau pragmatismului de Massachusetts, puritanism de tipul “nu vindem sub orice preț lichior duminică”. În contextul piețelor comune, dreptul internațional încetează să mai fie o viziune a justiției și devine un cadru de zi cu zi pentru productivitate - aplicarea contractelor, asigurându-se că guvernele respectă oferte, reglementarea relațiilor comerciale și monetare, și așa mai departe.

Piețele comune cer un limbaj comun, precum și o monedă comună, iar acestea produc comportamente comune de tipul celor crescuți în viața de oraș cosmopolit. Piloți comerciali, programatori, bancheri internaționali, specialiști mass-media, foratori de puțuri petroliere, celebrități de divertisment, experți în ecologie, demografi, contabili, profesori, sportivi – aceștia compun o nouă rasă de bărbați și femei, pentru care religia, cultura și naționalitatea poate părea doar ca element marginal într-o identitate de lucru. Deși sociologi din viața de zi cu zi vor continua, fără îndoială, pentru a distinge un japonez de un american sau european, comercial vor avea o amprentă comună în întreaga lume. Cinicii ar putea spune chiar că revoluțiile recente din Europa de Est au avut ca adevăratul lor obiectiv nu libertatea și dreptul de vot, dar locuri de muncă bine plătite și dreptul de a face cumpărături (deși votul se dovedește mai ușor de a dobândi decât bunurile de larg consum). Piața ca imperativ este, atunci, o mulțime puternică; dar, în ciuda câtorva dintre revendicările făcute de aceasta în numele „capitalismului democratic” nu este identic cu imperativul democratic.

### **3. PERSPECTIVA TRANSNAȚIONALĂ ASUPRA RESURSELOR**

Democrația implementată la nivel societal are ca rezultat o autonomie politică ce se bazează clar pe independența economică. Atenienii au idealizat ceea ce au numit autarhia, și au încercat un timp a crea un mod de viață simplu și destul de auster pentru a face polis cu adevărat, fapt ce a fost caracterizat de auto-suficiență. Pentru a fi însemnat ca liber și să fie independent de orice altă comunitate sau de Polis, nici măcar atenienii nu au reușit să realizeze autarhia, cu toate acestea: natura umană, se pare, este dependentă. Până în momentul lui Pericle, politica ateniană a fost legat indisolubil de ideea unui imperiu înfloritor ținut împreună de puterea navală și de comerțul efectuat - un imperiu care, chiar și așa cum a apărut pentru a spori puterea ateniană, a erodat independența ateniană și autarhia. Stăpânul și sclavul au fost legați între ei prin insuficiența reciprocă.

Visul autarhic a fost prezent și în America secolului al XIX-lea, de asemenea, acesta prinzând rădăini și valori în zonele subpopulate ale pământului, care era nesfârșit de bogat, nefiind exploatat, reprezentând un “corn al abundenței al resurselor naturale”, precum și barierele naturale ale unui continent incoltit de două mări mari determinat pe mulți să creadă că America ar putea fi o lume în sine, aparte de restul globului. Având în vedere acest trecut puternic și tumultuos, a fost mai greu pentru americani decât pentru celelate nații, precum cele

de pe bătrânul continent, de a accepta inevitabilitatea de interdependență. Dar epuizarea rapidă a resurselor chiar și într-o țară ca SUA, unde se păreau o dată inepuizabile, iar distribuția deficitară a resurselor de subsol și a celor arabile de pe planeta au lăsat chiar și cele mai bogate societăți (abundente în resurse) în situații disperate care au degenerat în revoluții, războaie civile sau conflicte armate generalizat regional.

Fiecare națiune, se pare, că are nevoie de ceva ce altă națiune are, iar unele națiuni au aproape nimic din ceea ce au nevoie.

Iluminarea științifică și tehnologiile derivate din aceasta sunt în mod inerent universalizate. Ele implică o căutare de principii descriptive și cu aplicare generală, o căutare de soluții universale la anumite probleme și o îmbrățișare neabătută de la obiectivitate și imparțialitate.

Progresul științific întruhidează și depinde de comunicarea deschisă, un discurs comun înrădăcinat în raționalitate, colaborare, precum și un flux ușor și regulat și un schimb eficient de informații. Aceste idealuri pot fi considerate ca fiind ipocrite de către puterea bazată pe elite, și pot fi afișate sau conturate în multe alte feluri, dar ele sunt implicate de însăși ideea de știință, dar au la bază fenomenul numit globalizare și cu outputul practice al acestuia.

Afacerile, serviciile bancare și comerțul depind de fluxul de informații și sunt facilitate de noile tehnologii de comunicare. Hardware-ul acestor tehnologii tinde să fie sistemic și integrat - calculator, televizor, cablu, satelit, bazat pe laser, fibră optică și tehnologii cu microcip care combină pentru a crea o vastă rețea de comunicații și informații interactive, care îi pot da potențialul oricărei persoane de pe pământ să aibă acces la orice altă persoană, și să facă de fiecare dată, prin fiecare octet, disponibilitate informațională pentru fiecare set de ochi aflat în căutare. În cazul în care automobilul a fost, după cum a spus odată George Ball (când a dat binecuvântarea sa la o fabrica Fiat din Uniunea Sovietică în timpul Războiului Rece), „o ideologie pe patru roți”, atunci sistemele electronice de telecomunicații și informatică sunt o ideologie la 300.000 km pe secundă - ceea ce face ca o planetă foarte mică să fie conectată aproape instant. Culturile naționale vorbesc limbi particulare; comerțul și știința vorbesc din ce în ce mai mult limba engleză, iar întreaga lume vorbește în logaritmi și matematică binară.

Mai mult decât atât, exercitarea științei și tehnologiei cere, chiar și constrânge, împuternicirea unei societăți deschise, deschisă la localizare prin satelit și care nu respectă frontierele naționale. Apariția dispozitivelor de fotocopiere și apoi a celor de fax universitățile sovietice și cercurile literare au fost „virusate”, iar în anii optzeci calculatoarele s-au înmulțit exponențial și comunismul a început să fie erodat din interior.

Impactul globalizării asupra ecologiei este un clișeu chiar și pentru liderilor mondiali care ignoră, dar recunosc potențialul constructiv, dar și distructiv al globalizării asupra ecologiei. Se cunoaște faptul că planeta poate fi asfixiată cu gaze cu efect de seră, deoarece fermierii brazilieni doresc să facă parte din secolul XXI și ard pădurile tropicale pentru a-și extinde suprafața arabilă și pentru că indonezienii fac de mult timp conversia din junglă lor luxuriantă în scobitori pentru meseni japonezi, astfel riscând să strice echilibrul delicat de oxigen și ca efect final străpungerea plămânilor noștri la nivel mondial. Totuși, această conștiință ecologică a însemnat nu numai o mai mare conștientizare, ci și o mai mare inegalitate între națiunile aflate în diferite stagii de dezvoltare, ca națiuni modernizate care încearcă să își construiască un discurs spunând națiunilor în curs de dezvoltare că lumea nu își poate permite modernizarea la nesfârșit și că în final cineva plătește nota de plată.

Fiecare dintre cele patru imperative enumerate anterior sunt potențate de factorii transnaționali, transideologici și transculturali. Fiecare se aplică în mod imparțial la religie (catolici, evrei, musulmani, hinduși, budiști) și democrațiilor și totalitarilor sau și capitaliștilor și socialiștilor. Visul iluminist al unei societăți raționale universale într-un grad considerabil a fost realizat, dar într-o formă care este comercializată sau comercializabilă, omogenizată, depolitizată, birocratizată, și, desigur, radical incompletă, pentru că mișcarea spre conceptul

de McWorld este în competiție cu forțele de la nivel mondial bazate pe defalcare, dizolvare națională și pe corupție centrifugă.

#### 4. CONCLUZII

Începând de prin anii '80 literatura de specialitate a conturat o dezbatere cu privire la relația dintre comerțul internațional liber și compensațiile sociale interne, dând naștere la termenul „liberalism corporativ”. Ruggie în anul 1982 a atras atenția asupra lui Polanyi care prin cercetarea *Marea transformare* a arătat că regimul comerțului internațional post celui de Al Doilea Război Mondial s-a bazat pe o rânduire constructivistă în teoria relațiilor internaționale. Cel mai important motiv pentru influența articolului lui Ruggie asupra lui Polanyi a fost că acesta a oferit un punct de referință inițial pentru provocările liberalismului corporativ, care ar rezulta din transformările din economia politică internă și relațiile internaționale.

Una dintre aceste transformări se află în economiile politice ale țărilor capitaliste. Pe frontul intern, în linii mari instrumentele (keynesiste) de politică macroeconomică cu care au fost asociate au dus la un compromis asupra liberalismului global, care a cedat după mult timp în fața atacurilor monetarismului, iar așteptările raționale au fost anulate, economia bazată ofertă, precum și alte abordări mai în concordanță cu punctele de vedere și preferințele neoliberale au avansat spre principiul tradiționalist bazat pe *laissez-faire*. O a doua schimbare se află pe frontul internațional. Liberalismul insuflat a fost bazată pe existența economiilor naționale separate și distincte, angajate în tranzacții externe, efectuate la o *lungime de brat*, pe care guvernele ar putea să le folosească ca tampon în mod eficient *la frontieră* prin măsuri de la punctul de intrare, cum ar fi tarifele, barierele netarifare și ratele de schimb. În epoca actuală a globalizării dualitatea decizională a devenit normă de lucru. O a treia transformare constă în intervenția crescândă a instituțiilor internaționale în zonele cândva considerate ca aparținând de politica internă.

Aceste tendințe sunt majoritar întâlnite în special în Europa, în cazul în care relațiile dintre state, instituții internaționale și cetățenii au devenit structurate pe mai multe niveluri; în cazul în care s-au format rețele transnaționale de guvernare; în cazul în care legalizarea internațională este mult mai avansată și în cazul în care Curtea Europeană de Justiție interpretează tratatele Uniunii Europene și reglementările în moduri care afectează profund viața economică, socială și culturală. În această parte a cercetării vom examina și modul în care CEJ a intervenit între regimul european de piață liberă și a structurilor interne pentru a începe să creeze ceea ce noi considerăm ca o structură de *compromisuri liberale corporative supranaționale*.

#### 8. BIBLIOGRAFIE:

1. Aguilera, R., Jackson, G. 'The Cross-National Diversity of Corporate Governance: Dimensions and Determinants', 2003, *The Academy of Management Review*, vol. 28, nr. 3, p. 447 – 465.
2. Alkire, S. *Valuing Freedoms: Sen's Capability Approach and Poverty Reduction*. Oxford: Oxford University Press, 2002.
3. Bodislav, D. A. 'Business Intelligence for decision making in economics', în Dunis, C., Middleton, P., Karathanasopolous, A., Theofilatos, K. *Artificial Intelligence in Financial Markets*, Londra: Editura Palgrave Macmillan, 2016, p. 125-158.
4. Bodislav, D.A. 'Countries versus Corporations and Economies versus Businesses... What makes the Global Mechanism work better?', 2015, *Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series*, nr. 3, p. 51 – 56.

5. Cook, C. 'Expectations, Evaluation and Equity', 1975, *American Journal of Sociology*, nr. 40, p. 372- 388.
6. Downs, A. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row, 1957.
7. Freeman, C., Soete, L. *The Economics of Industrial Innovation*, Cambridge: MIT Press, 1997.
8. Heath, A. F., Jowell, R., Curtice, J. 'How Britain Votes'. Oxford: Pergamon, 1985.
9. Krugman, P. *A Country Is Not a Company*, Cambridge: Harvard Business Review Classics, 2009.
10. Lazonick, W., O'Sullivan, M. *Corporate Governance and Sustainable Prosperity*, New York: Jerome Levy Economics Institute, 1998.
11. Lenski, G. *Power and Privilege*. New York: McGraw-Hill, 1966.
12. Lipset, S. M. *Political Man. The Social Bases of Politics*. New York: Doubleday, 1960
13. Manza, J., Hout, M., Brooks, C. 'Class Voting in Capitalist Democracies since World War II.: Dealignment, Realignment or Trendless Fluctuation?', 1995, *Annual Review of Sociology*, nr. 22, p. 137- 162.
14. Mowery, D., Rosenberg, N. *Path of Innovation: Technological Change in 20<sup>th</sup> Century America*, New York: Cambridge University Press, 1998.
15. Nelson, R. *National Innovation Systems: A Comparative Analysis*, New York: Oxford University Press, 1993.
16. O'Sullivan, M. 'The innovative enterprise and corporate governance', 1974, *Cambridge Journal of Economics*, nr. 3, p. 553-565.
17. Robinson, R. V., Bell, W. 'Equality, Success and Social Justice in England and the U. S.', 1978, *American Sociological Review*, nr. 44, p. 125-144.
18. Sen, A. *Inequality Reexamined*, New York: Oxford University Press, 1992.
19. Sen, A. *Development as Freedom*. Oxford: Oxford University Press, 1999a.
20. Sen, A. *Commodities and Capabilities*. New Delhi: Oxford University Press, 1999b.
21. Szelényi, I., Fodor, E., Hanley, E. 'Left turns in PostCommunist Politics: Bringing Class Back?', 1997, *East European Politics and Societies*, nr. 11, p. 190-224.