

Grigore Ioan PIROȘCĂ
Carlos RAMÍREZ VALDEBENITO

Idei despre geoeconomie după un sfert de secol

**România între Republica Moldova
și restul lumii**

Colecția
Școli, curente, economiști

Editura ASE
București
2025



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Copyright © 2025, Editura ASE

Toate drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate editurii.

Editura ASE

Piața Romană nr. 6, sector 1, București, România

cod 010374

www.ase.ro

www.editura.ase.ro

editura@ase.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

PIROȘCĂ, GRIGORE IOAN

Idei despre geoeconomie după un sfert de secol : România între Republica Moldova și restul lumii / Grigore Ioan Piroșcă, Carlos Ramírez Valdebenito. – București : Editura ASE, 2025

Conține bibliografie

ISBN 978-606-34-0568-6

I. Ramírez Valdebenito, Carlos

338

911.3

Redactori: Silvia Răcaru, Livia Radu (Editura ASE)

Tehnoredactor și copertă: Claudia-Marinela Dumitru (Editura ASE)

Grafică: Griogore Ioan Piroșcă

Autorii noștri își asumă întreaga responsabilitate pentru ideile exprimate, pentru originalitatea materialului și pentru sursele bibliografice menționate.

Introducere	7
 1. Schimbarea paradigmei energetice.....	9
1.1 Petrolul și crizele energetice	9
1.2 Alternativele la hidrocarburi și energia regenerabilă (soluții între mit și realitate)	18
1.3 Tabloul energetic al României în puzzle-ul Uniunii Europene	33
 2. Tabla de șah a lumii.....	53
2.1 Cele trei cuvinte care au speriat Vestul: Made in China	53
2.2 De ce NU ar trebui să ne temem de noua ordine mondială	85
2.3 România integrată și globalizată	99
 3. Globalizarea și decuplarea.....	119
3.1 McDonaldizare, internet și entuziasm	119
3.2 Resetarea postpandemică și provocările generaționale.....	135
3.3 Viitorul globalizării între impactul crizelor ciclice și a transformărilor geopolitice istorice	156
3.3.1 Iluzia înțelegerii realității	156
3.3.2 Amenințarea Imperialismului 4.0 și a anexiunilor teritoriale....	171
3.3.3 Multipolaritatea și evoluția viitoare a comerțului mondial	177
 Bibliografie	199

Introducere

La Coppa del Mondo – Italia 1990 a fost lansat un produs care mi-a marcat copilăria. Nu eram mare microbist, dar cu bucuria de a vedea Naționala la televizor, jucam și noi, copiii, cât de mult fotbal puteam. Eu însă așteptam febril transmiterea meciurilor pentru un cu totul alt motiv. În pauza dintre cele două reprize, se difuzau reclame. Și principala reclamă promova o mare minune, un obiect SF pentru un copil din Brăila la câteva luni după comunism: Adidas Torsion.

Spre diferență de fotbal, pe care îl îmbrățișasem de conjunctură, practicam de câțiva ani tenisul, așa că știam cine era jucătoarea germană Steffi Graf, imaginea Adidas. Sloganul „Dacă vrei cu adevărat, poți!” pare banal astăzi cu toate cunoștințele care există în materie de dezvoltare personală, dar pe vremea aceea era ceva inedit și tulburător pentru mințile noastre încă mecanice și îndoctrinate. Așteptam cu nerăbdare să văd reclama la Adidas Torsion, apoi rămâneam să visez, convins că noi, copiii din acea generație, nu vom vedea niciodată în realitate o pereche în fața ochilor noștri. Dar nu mă puteam înșela mai tare.

În toamnă, la puțin timp după Italia 1990, jucam fotbal în fața blocului cu prietenii mei. Deodată, ceva greu de crezut s-a petrecut: la colțul terenului și-a făcut apariția un băiat încălțat nici mai mult, nici mai puțin, decât cu o pereche nou-nouță de Adidas Torsion. Arătau mai bine decât la televizor, iar șocul ne-a împietrit pe toți, lăsând mingea să se scurgă pe lângă noi. Băiatul a întrebat dacă poate juca și el, iar noi i-am spus cât se poate de clar, treziți din vrajă, că în nici un caz cu acei adidași, pentru că... îi va strica! Ori se schimbă, ori îi împrumutăm noi... Adidașii lui erau atât de frumoși, aveau până și pe talpă model. Băiatul s-a mulțumit să dea doar de vreo două ori în minge, sfâșiindu-ne inimile. Am alergat cu toții la părinți și am cerut Adidas Torsion, dar am aflat două lucruri inedite: în primul rând erau aproape imposibil de procurat, fabricându-se doar peste hotare, și nu erau șanse să dai de ei în bazarul din Istanbul, unde românii începuseră să meargă chiar des. În al doilea rând, părinții au mai adăugat că, chiar dacă s-ar găsi de cumpărat, nu era neapărat o opțiune, deoarece costau 150-200 de dolari, adică depășind un salariu mediu în acel moment în România. Mai mult decât atât, în 1990 indicele prețurilor crescuse cu aproximativ 10 %, dar în 1991 avea să fie 120 %. Liberalizarea prețurilor presupunea să fii mai chivernisit cu banii, lucru pe care se străduiau să mi-l explice părinții mei.

Deci, ce am reținut din această povestioară, că Adidas Torsion apăruse în provincie în doar câteva luni de la lansare sau că prețul lor depășea un salariu mediu? Ei bine, ambele informații sunt la fel de importante, întrucât globalizarea are legătură cu amândouă. În primul rând a făcut posibilă circulația unui bun spre consum, după căderea zidului comunist, adică prin libera circulație a resurselor, serviciilor, capitalului uman. În al doilea rând, globalizarea a contribuit la accesibilitatea lor. Adidas în general și toți pantofii sport au început să fie fabricați în țări cu forță de muncă mai ieftină, precum China, așa că au devenit mult mai ieftini. Începea o perioadă de aur a globalizării, dar totodată se sădeau și semințele imploziei sale. După ce au tot fabricat adidași pentru toată lumea, țările ieftine în care se produceau, China, Vietnam, alte țări din Asia sau America Latină, s-au gândit să folosească aceste competențe transferabile în beneficiul propriu. Au urmat Lacoste și alte firme la care visau oamenii. După Adidas Torsion și firmele de îmbrăcăminte, a urmat o externalizare în masă a serviciilor de tot felul și a producției de bunuri, de la simple componente neesențiale la fabrici complete în toată regula. Toyota a început să fie fabricată în Turcia, iar Volkswagen în Mexic. Ce mai însemna mașină germană sau japoneză?

Globalizarea s-a extins până la punctul la care a atins masa critică, precum o mare civilizație. Pentru că, de fapt, asta și este globalizarea, o componentă economică definitorie a unei civilizații. Această dezvoltare a globalizării s-a făcut cu adâncirea unor mari deficite comerciale între statele care dețineau patentul Adidas Torsion (Germania și Franța în anii 1990) și statele care fabricau componentele sale. Apoi deficitul s-a extins între statele care au proiectat iPhone-ul și statele care fabricau componentele sale. După aceea, a venit rândul Tesla și tot așa. Deficitele comerciale au atras nemulțumiri, apoi războaie vamale. Apoi mișcări semiautarchice, în jurul unor poli de putere economică și politică, precum Statele Unite, China și Uniunea Europeană. Practic, nu este nimeni de vină. Este normal pentru un copil care face sport să își dorească o pereche de Adidas Torsion. Și pentru companiile multinaționale să se îmbogățească dând oamenilor ceea ce aceștia își doresc. Starea actuală de multipolaritate la care s-a ajuns nu putea fi practic evitată. Cartea își propune să ofere o perspectivă pe cât posibil lipsită de judecăți de valoare asupra globalizării actuale și a situației României în acest tablou volatil. Economia nu poate fi lipsită de judecăți de valoare, adevărat, dar încercarea de a înțelege lucrurile fără bias-uri și sentimente ar putea ajuta atât la acceptarea faptului că noua realitate nu este nici bună, nici rea, ci doar diferită.