



Investigaciones de Historia Económica - Economic History Research

www.elsevier.es/ihe



Reseñas

Branko Milanovic. *The Haves and the Have-Nots. A Brief and Idiosyncratic History of Global Inequality*. New York, Basic Books, 2011, 258 págs.

Un consejo que seguramente me agradecerá la mayoría de ustedes: compren y lean este libro. Es del tipo de los que me gustaría ser capaz de escribir y del que los historiadores económicos –y economistas– españoles no solemos publicar. Y deberíamos hacerlo, máxime en tiempos como los que corren. Se trata de una obra inusualmente original, breve, amena y, aunque no destinada a especialistas en la materia, repleta de información y argumentos, expuestos clara y concisamente, acerca de la desigualdad a lo largo de la historia. Su tono casi coloquial es un logro en sí mismo y no está reñido, más bien todo lo contrario, con el hecho de que el autor sea uno de los mayores especialistas mundiales en desigualdad.

The haves and the have-nots consta de 3 capítulos, dedicados cada uno de ellos a una forma relevante de desigualdad económica (interpersonal, entre países y global). A su vez, cada uno de ellos contiene un ensayo y un conjunto de «viñetas», que constituyen, en particular algunas de ellas, uno de los grandes aciertos del libro.

El primer capítulo se ocupa de la desigualdad entre individuos dentro de una nación. Presenta inicialmente algunas observaciones generales acerca de la preocupación contemporánea por las diferencias interpersonales de renta y riqueza y de las proposiciones clásicas de Pareto y Kuznets. Continúa con la espinosa cuestión de las relaciones entre desigualdad y el binomio eficiencia-equidad, que aborda desde la Economía y la Filosofía, recurriendo para ello a una serie de grandes autores, que incluye desde Weber hasta Rawls, pasando por Keynes, Zweig, Platón, Sen, etc. Concluye con un repaso a la historia de la medición de la desigualdad y sus dificultades.

Las «viñetas» de este capítulo abarcan desde un divertido e ilustrativo comentario sobre la desigualdad, el matrimonio y el amor partiendo de la trama de *Orgullo y prejuicio* de Jane Austen hasta unos apuntes biográficos sobre Pareto y Kuznets. Otras tocan cuestiones más sesudas, como la desigualdad en los países comunistas. Y algunas resultan particularmente jugosas. Por ejemplo, la que nos descubre quién ha sido el hombre más rico de la historia. Adivinen... Entre los candidatos figuran el romano Creso, los norteamericanos Carnegie, Rockefeller y Gates, el ruso Jodorovsky y el mexicano Slim. La respuesta está en el libro. Estas «viñetas» ponen de manifiesto que los historiadores económicos podríamos ser un poco menos timoratos a la hora de abordar cuestiones de interés con imaginación y desenfado, sin por ello dejar de lado el rigor mínimo exigible incluso en trabajos dirigidos a un público no especializado.

El segundo capítulo trata de la desigualdad entre los países del mundo resultante de considerar sus rentas medias per cápita. Estas, mucho mayores que nunca antes en la historia, serían el resultado del *Big Bang* en forma de la bien conocida divergencia de productos per cápita entre países como resultado de la Revolución Industrial. Ahora bien, si cada país en vez de contar como una unidad de

análisis es ponderado por su población, la imagen de la desigualdad contemporánea entre países cambia radicalmente, gracias al rápido crecimiento de los estados más poblados del planeta (China e India) a fines del siglo xx y comienzos del xxi. No obstante, el mundo, a juicio de Milanovic, sigue siendo muy desigual, como se esfuerza en demostrar en las «viñetas» que siguen al ensayo de este capítulo, particularmente en *How unequal is today's world?* En otra de ellas, *Why was Marx Led Astray?*, se destaca un aspecto básico de las cambiantes formas de la desigualdad a lo largo de la historia: mientras que, hacia 1870, la desigualdad entre los habitantes del mundo era debida principalmente a la clase social de pertenencia, actualmente obedece mayoritariamente al país de nacimiento. *How much of your income is determined at birth?* es el título de la «viñeta» donde se llega a la más bien sombría conclusión de que la emigración es la vía más factible para que un individuo de un país pobre se eleve a lo largo de la escala de la desigualdad global.

El tercer capítulo retoma la cuestión de la desigualdad entre los «ciudadanos del mundo». El cálculo de esta requiere una información que solo está disponible desde hace un tiempo relativamente corto. En este aspecto, como en otros (pobreza, condición de la mujer, etc.), el Banco Mundial –añado yo– merece, al menos en los últimos tiempos, un crédito, siquiera en términos de mejora del conocimiento de los problemas, que a veces se le niega. Aunque no es posible hacer comparaciones de largo plazo de esta dimensión de la desigualdad, que, simplificando, combina las existentes entre individuos y entre países, sí parece que su magnitud, que supera a la de los países más desiguales, «probablemente» no ha descendido desde finales de los años ochenta del pasado siglo: el aumento causado por la creciente desigualdad interpersonal en algunos países y la divergencia entre países pobres y ricos podrían ser compensados por el notable éxito económico de India y China. Los efectos de la crisis en buena parte de los países ricos y algún retroceso reciente de las desigualdades en la históricamente muy poco igualitaria Iberoamérica –sugiría yo– podrían estar inclinando la balanza del lado de la igualdad entre los «ciudadanos del mundo». No cabe descartar que otros fenómenos (por ejemplo, más desigualdad dentro de países ricos y en desarrollo muy poblados o el estancamiento de un número relativamente alto de países pobres) operen en sentido contrario.

La llamativa distancia entre la minoría rica y la mayoría pobre de los «ciudadanos del mundo», los posibles efectos de la globalización sobre la desigualdad, el contraste entre visiones alternativas sobre la evolución de la «desigualdad global» en el largo plazo, la relevancia de la «desigualdad global» y el trilema de la globalización de Rodrik son apuntados en este ensayo. Algunas de las «viñetas» del capítulo son: *Where in the global income distribution are you?*, *Does the world have a middle class?* o *How different are the United States and the European Union?*

El libro concluye con un resumen excelente de algunos de los grandes retos mundiales para el futuro próximo: «how to bring Africa up, how to peacefully bring China in and how to wean Latin

America off of its self-obsession and bring it into the real World. And doing all of this while maintaining peace and avoiding ideological crusades» (p. 215). A este respecto, un bello verso de un poema de Kavafis constituye la coda de la obra. Tras leerlo no he podido dejar de preguntarme qué pensaría este refinado alejandrino de la «primavera árabe» y del futuro del Mediterráneo. Tal vez alguna mención a esa parte del mundo debería figurar entre los buenos deseos de Milanovic para el porvenir de la humanidad. De hecho, una de las «viñetas» del segundo capítulo, *Who are the harraga?*, la dedica al fenómeno sociológico representado por los jóvenes adultos masculinos del Magreb que queman sus papeles para no ser devueltos a sus países de origen cuando fracasan en su intento por cruzar «the Mediterranean wall». Y a criticar la política inmigratoria de la Unión Europea. Afortunadamente, esto último no sin señalar también el fallo de las sociedades norteafricanas, que no ofrecen a los «harraga» «any hope of a normal and decent life» (p. 133).

Recomiendo encarecidamente la lectura de este libro, pese a que tengo algunas reservas. La obra, más o menos explícitamente, parte del principio que expresaré como «cuanta más igualdad mejor» y presenta las nociones de justicia e igualdad como casi intercambiables. Ni lo uno ni lo otro son necesariamente ciertos. No pueden ser axiomas sino conclusiones a cuya demostración me hubiera gustado ver dedicado algo más de esfuerzo. También esperaba encontrar respuestas, siquiera tentativas o parciales, a preguntas como estas: ¿hay «fricciones» entre crecimiento e

igualdad?; ¿cuáles son las consecuencias para la política económica de responder afirmativa o negativamente a la anterior pregunta?, ¿y para la reducción de la pobreza en los países más afectados por ella? Creo que buena parte de los problemas expuestos por Milanovic desde la óptica exclusiva de la desigualdad pueden también enfocarse desde la del crecimiento. La explicación puramente distributiva –aumento de la desigualdad– de la crisis financiera internacional –«viñeta» 3.6– podría, en todo caso, ser válida para los EE. UU., pero no para otros países afectados duramente por ella. En España sabemos algo de eso. El examen del colonialismo en la «viñeta» 3.7 dista de parecerme convincente. El significado del propio concepto «ciudadanos del mundo» es de relevancia práctica discutible, cuando incluso la noción de pertenencia a una comunidad como la española es puesta en cuestión por los nacionalismos periféricos.

Para concluir, no cabe sino felicitar al autor, celebrar tanto la publicación del libro como su reciente traducción al español por Alianza Editorial con el título: *Los que tienen y los que no tienen. Breve y particular historia de la desigualdad global*, e insistir en que disfrutarán de su lectura.

Rafael Dobado González
Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España

<http://dx.doi.org/10.1016/j.ihe.2013.06.001>

Luciano Segreto, Hubert Bonin, Andrzej K. Lozminski, Carles Manera and Manfred Pohl (Eds.). European Business and Brand Building. Brussels, Peter Lang, 2012, 264 págs.

This edited volume examines the business history of brands in Europe. The eclectic collection of essays by prominent business and economic historians includes studies of individual firms and brands, of entire product categories such as champagne, and even of the role of branding in Communist Poland. Although the historical importance of brands and trademarks has been much discussed, especially in recent years, this volume makes a significant contribution by examining the evolution of important European brands, and putting into the common English language a wealth of literature written in French, Italian, Spanish, German and Polish.

The opening essays consider the creation and management of brands by large companies. The management of brands is the focus of Peter Miskell's study of Unilever, which either created or acquired some of the world's most famous consumer product brands. Peter Miskell places the story within the context of Unilever's competition in household cleaning products with Procter & Gamble, and of the growing power of retailers to erode brand equity, including the growth of private labels. Unilever's response, Miskell shows, was market segmentation and the creation of brands which used strong emotional and cultural associations to hold their competitors at bay. This well-written essay based on confidential archives would have benefitted from a greater assessment of outcomes, both to the firm and to consumers who bought their products. Dominique Barjot and Francesca Tesi explore the creation of the Michelin brand. The Michelin Man originated in 1898, and the famous character of Bibendum appeared several years later. The essay is fascinating in several respects, including how the US market was influential in shaping the brand development, and also how much (an important but often overlooked point) the brand has changed over time. Bibendum was central to the brand in the early decades, played a secondary role between

the 1940s and the 1960s, and then re-emerged as central. The final essay in this section considers the development of the Swiss chocolate brand Suchard. In an intriguing cultural study, Laurent Tissot positions the growth of this brand as an embodiment of the concept of mountains and alpine mythology in Switzerland.

The following essays consider categories rather than individual companies. Claire Desbois-Thibault considers the case of Champagne, for which popping corks and elegant bottles were an important element on brand building. The essay provides an elegant, if brief, account of how the luxury brand was built both by marketing campaigns and by lobbying to secure legal protection of the name. Hubert Bonin provides a bold survey of the recent business history of the French luxury brands, focusing on an alleged deterioration in their image during the 1970s and 1980s, and their renewal by LVMH and other corporations. The insight that the story of French luxury is not a linear one, but rather one of waxing and waning is important, although this essay suffers from excessive generalizations. For example, the suggestion that diversification into accessories is a recent phenomenon (p. 128) overlooks the pioneering strategies of Christian Dior in this regard, back in the early 1950s. Elisabetta Merlo's study of Italian fashion brands from the 1970s is more careful, as it primarily focuses on the case of the Moschino brand. Merlo argues that the secret of Italian success lay in the close partnership between designers and manufacturers, and a careful licensing strategy. This is an important contribution to the literature on fashion brands.

There are welcome essays on two highly successful Spanish brands. Carles Manera and Jaume Garu-Taberner examine the success of the Camper shoe brand founded in 1975 and based in Inca, Mallorca. Although written in semi-note form, the essay contains a lot of data, and a persuasive argument that the emphasis given to design in the corporate culture provides the key to the firm's competitive advantage. The essay stops in 2001, but it is likely that the attention given to international markets has proved a winning strategy subsequently as the domestic market contracted.