

Más desiguales, más crisis

James K. Galbraith culpa al sector financiero del aumento de la desigualdad de estas últimas décadas

Justo Barranco

Antes de estallar la Gran Recesión, los índices con los que se medían las desigualdades de ingresos en EE.UU. se dispararon a niveles de 1929. No resulta extraño que el estallido de la crisis volviera a resucitar la pregunta de si existe una correlación entre una profunda desigualdad social y las crisis económicas. Y esa investigación es la que ha llevado a cabo James K. Galbraith, hijo del gran John Kenneth Galbraith, y en *Desigualdad y desequilibrio*. Un libro en el que recuerda que en la última crisis fue el recurso al crédito para comprar viviendas el que generó un patrón de consumo que parecía igualitario hasta que todo explotó y que el acceso a las hipotecas de gente a la que antes se le habían denegado fue el último cartucho de la administración de Bush hijo para que continuara un modelo de crecimiento económico basado en la desigualdad y que ya había agotado su energía en el año 2000.

En sentido profundo, recalca, puede decirse que la desigualdad se encontraba en el núcleo de la crisis financiera actual, una recesión vinculada con las condiciones crediticias establecidas entre las personas acaudaladas y el resto. Con muchos mediadores financieros entre ellos, por supuesto. Sin embargo, los economistas que llevaban la voz cantante crearon modelos donde todos los agentes estaban en situación de igualdad. No sólo eso: "En las nociones académicas relacionadas con el equilibrio general no figuraban ni por asomo instituciones financieras



D. P. MORRIS / BLOOMBERG



DESIGUALDAD Y DESEQUILIBRIO
 James K. Galbraith
 RBA, 2016
 574 p. | Papel 25 €

de un tipo similar a los bancos". La desigualdad y la estabilidad económica eran espacios en blanco en la teoría dominante. Total, no era posible que los mercados crediticios pudieran alterar la Gran Moderación y se autogestionaban.

Galbraith sí ha querido estudiar la desigualdad y para eso necesitaba series de datos mucho más completas que las actuales que ha obtenido a través de las numerosas categorías de datos que muestran la desigualdad entre los diferentes grupos a los que pertenecen los indivi-

duos. Y a partir de ahí los resultados han sido muchos. Por ejemplo, que en buena parte de las regiones mundiales los índices de desigualdad eran un indicador preciso de los acontecimientos políticos: aumenta tras los golpes de Estado y las crisis y baja con las guerras. O que entre 1994 y 2000 sólo 15 condados de EE.UU. generaron toda la desigualdad, Nueva York y tres de Silicon Valley entre ellos. Una desigualdad muy vinculada al auge de la tecnología de la información y sus cotizaciones bursátiles. En Europa, curiosamente, y frente al mito de la rigidez laboral, los países con menor dispersión de los salarios tienen menos desempleo, porque tienen índices de progreso técnico más elevado y mayor productividad.

Pero sobre todo pone al descubierto que globalmente no ha sido el comercio con China y otros países en desarrollo sino el sector financiero y el régimen financiero internacional los decisivos en el gran aumento de la desigualdad registrado desde 1980, consecuencia pues de las políticas deliberadas del periodo. Una economía de la desigualdad que, concluye, es en gran medida una economía de la inestabilidad.

Sintecho durmiendo en una iglesia de la rica San Francisco

===== **El comercio con China y otros países en desarrollo no ha sido la clave de la mayor desigualdad**

¿CAÑONES O MANTEQUILLA?

Sergio A. Berumen
 ESIC
 Madrid, 2017
 302 p. | Papel 20 €



En economía nada es gratis. La necesidad de aprovechar los recursos obliga a elegir. Al hacerlo, hay un coste de oportunidad, aquello a lo que renunciamos tras haber tomado una decisión. Así, a la hora de invertir sus recursos, siempre escasos, las personas, empresas e instituciones, señala el autor, interactúan para maximizar sus beneficios, y este libro trata de manera desencantada cómo maximizamos los beneficios, comenzando por examinar por qué la economía es la ciencia de los incentivos.

CÓMO SE GANAN (Y SE PIERDEN) LAS GRANDES CUENTAS

Daniel Gómez Visedo
 Libros de cabecera. Barcelona, 2017
 220 p. | Papel 20 € | e-book, 11 €



El trabajo comercial es, señala el autor, para personas optimistas y animosas, sin miedo a la negativa. Y para desarrollar una fructífera carrera como comercial de grandes cuentas se deben desarrollar cinco virtudes básicas que dependen de la fuerza de voluntad: ser organizados, proactivos, prudentes, autónomos y respetuosos. Este libro trata de cómo se gana una gran cuenta, desde la ética profesional a los planes y presupuestos, las reuniones, la negociación... y de cómo se pierden las grandes cuentas.

MARKETING EN REDES SOCIALES

Fernando Maciá y María Sentoja
 Anaya Multimedia
 Madrid, 2016
 320 p. | Papel 19,95 €



Las redes sociales se han integrado en nuestras vidas como usuarios, pero desde el punto de vista de la empresa queda camino por recorrer. Este volumen aborda cómo llevar a cabo un plan de marketing en las redes sociales. Comienza analizando el papel que deben jugar las empresas en este panorama y aborda las más populares, desde Facebook a Twitter, YouTube, LinkedIn, Google+, Instagram o Pinterest. Y acaba examinando la generación de contenidos propios en blogs y podcasts y la actividad de los *community managers*.