

los consumidores locales. Jugaron a favor el contexto general de crecimiento económico y la homogeneización de los comportamientos de compra, incluso en algunos mercados emergentes de Asia, África y América Latina. También el establecimiento de una organización relativamente autónoma en las filiales y la adaptación de los productos a las características físicas, los estándares de belleza y la capacidad adquisitiva de la población de los países de destino. La diversificación sectorial se tradujo en la ampliación continua de los sectores de actividad tradicionales (cosmética, peluquería, farmacia, . . .) y en la entrada en nuevos sectores, tales como la industria del cine y los medios de comunicación (Paravisión, Canal Plus, Marie-Claire, . . .). Por último, la diversificación productiva significó la fabricación de una dilatada gama de artículos: de lujo, profesionales y destinados al gran público.

Destacable también en la historia de L'Oréal es su amplio esfuerzo en I+D, al objeto de mejorar continuamente la calidad (que no siempre el precio) de sus productos. En los últimos años, la empresa ha destinado mucho presupuesto y personal al estudio de las propiedades físicas, químicas y biológicas de pieles y cabellos de todas las razas, a fin de crear productos adaptados. En la actualidad, su actividad investigadora, realizada en el seno de la Fundación L'Oréal y en los centros de investigación de Francia, Estados Unidos y Japón, viene avalada por el depósito de unas 600 patentes anuales, cantidad que pocas empresas francesas han logrado alguna vez rebasar. Como tampoco han logrado superar el gran esfuerzo financiero destinado a las campañas de publicidad, para las que L'Oréal contrata a modelos y actrices famosas que pronuncian en varios idiomas el famosísimo eslogan «Porque yo lo valgo».

A lo largo del siglo, la propiedad de L'Oréal ha permanecido en manos del fundador y sus herederos. No obstante, a la muerte de Eugène Schueller en 1957, la gestión fue trasferida a profesionales formados en el seno de la empresa: François Dalle (1957-1984), Charles Zviak (1984-1988), Lindsay Owen-Jones (1988-2006) y Jean-Paul Agon (desde 2006). L'Oréal ha mantenido siempre estrechas relaciones con el gobierno francés, si bien ha conservado su carácter enteramente privado. De hecho, en los años ochenta puso todo su empeño en luchar contra la amenaza de nacionalización del gobierno socialista, que al final evitó gracias a la firma de un acuerdo de intercambio de acciones con la empresa suiza Nestlé.

Marseille aborda en este libro prácticamente todos los grandes temas, aunque con un tratamiento muy desigual. En este sentido, expone con detalle la biografía de los altos cargos, e incluso las propiedades de los productos de belleza, pero apenas dedica unas cuantas líneas a tratar asuntos sensibles, como las estrechas relaciones de Eugène Schueller y de su yerno André Bettencourt con la extrema derecha francesa y europea. En efecto, Schueller y Bettencourt frecuentaron y financiaron grupos como el Comité Secret d'Action Révolutionnaire (CSAR), popularmente conocido como La Cagoule, además de escribir fieras diatribas antisemitas en la prensa francesa antes y después de la Ocupación. Marseille se muestra excesivamente elogioso y benévolo con estos y otros directivos, cuyas acciones justifica por su falta de lucidez política en un contexto difícil. Asimismo, Marseille se recrea en las etapas de éxito y minimiza los momentos de crisis, como el boicot de los países árabes en respuesta a la adquisición de la firma americana Helena Rubinstein, estrechamente ligada a Israel, o las denuncias efectuadas por algunos movimientos ecologistas por efectuar pruebas en animales.

La relevancia de este «champion nacional» de gran proyección internacional hace que este libro merezca toda la atención de los historiadores de la empresa. En la actualidad, L'Oréal posee 38 fábricas, 18 centros de investigación y miles de puntos de venta repartidos por todo el mundo, que aportan un beneficio neto de unos 2000 millones de euros al año, a repartir entre Liliane Bettencourt, Nestlé y el público inversor en bolsa. Marseille nos presenta, en definitiva, una historia necesaria, interesante y bien trabada,

pese a la exposición excesivamente factual de los acontecimientos, la profusión de citas muy largas y la parvedad del aparato cuantitativo. Este libro podría muy bien servir de punto de partida a nuevas investigaciones que incidiesen en los aspectos que Marseille obvia o simplifica. Lamentablemente, los archivos históricos de la compañía, que con motivo del centenario fueron abiertos sin demasiadas restricciones al profesor de la Sorbona, han vuelto a ser cerrados al público, a la espera de que se solucione el *affaire Bettencourt*, esa cadena de supuestos escándalos en torno a la heredera, la hija, el mayordomo, el fotógrafo *bon vivant* y destacados miembros del gobierno Sarkozy.

Esther M. Sánchez Sánchez

Universidad de Salamanca, Salamanca, España

doi:10.1016/j.ihe.2011.05.002

The Familiarity of Strangers: The Sephardic Diaspora, Livorno, and Cross-Cultural Trade in The Early Modern Period, Francesca Trivellato. Yale University Press, New Haven & London (2009). 470 pp.

En décadas recientes el estudio de diásporas ha atraído la atención de diversas disciplinas como la sociología, la antropología y las ciencias políticas. En lo referente a la historia económica, fue el norteamericano Philip Curtin quien, en 1984, dio un importante impulso al estudio combinado de comercio de larga distancia y diásporas con la publicación del libro *Cross-Cultural Trade in World History*. La obra de Francesca Trivellato, *The Familiarity of Strangers*, se sitúa dentro de esa reciente pero fructífera corriente historiográfica, centrándose para ello en la comunidad judía sefardí que operó desde el puerto italiano de Livorno en la Edad Moderna. A partir del análisis detallado de grupo, lugar y época, la historiadora italiana propone un ambicioso trabajo que se convertirá en referente obligado para el estudio histórico de redes comerciales.

Trivellato, en la actualidad profesora de Historia en la Yale University, plantea un novedoso acercamiento al estudio del comercio transcultural (*cross-cultural trade*). Afirma que durante la Edad Moderna el comercio coexistió con circunstancias difíciles para su desarrollo, como guerras o prejuicios religiosos, lo cual no fue óbice para una continuada expansión comercial. La premisa del libro es que, para poder franquear los límites impuestos por prejuicios culturales y religiosos, los comerciantes necesitaban disponer no solo de un mínimo conocimiento de la cultura del «otro», sino de una noción común sobre normas sociales y legales relacionadas con la actividad comercial. Para llevar a cabo su estudio de relaciones de mercado, la historiadora italiana se centra en Livorno, puerto marítimo de la Toscana que alcanzó cierta preeminencia en los siglos XVII y XVIII, y que contaba con una de las comunidades sefardíes más importantes de toda Europa (gracias a ciertos privilegios que los Medici les habían otorgado en 1591 y 1593).

En la Edad Moderna las sociedades europeas fueron haciéndose socialmente más móviles y la profesión de comerciante fue quitándose de encima los estigmas morales impuestos por la iglesia medieval. Sin embargo, la sociedad en general continuó siendo tremendamente intolerante hacia las minorías étnicas y religiosas. En semejante contexto, ¿cómo se las arreglaron los comerciantes sefardíes para tratar con los cristianos? La tendencia general en la historiografía es la de asumir que los comerciantes acostumbraban a comerciar con parientes o con otros colegas pertenecientes a su misma comunidad nacional, étnica o religiosa. Sin embargo, la evidencia histórica muestra una realidad mucho más compleja. Aunque los sefardíes consiguieron establecer vínculos duraderos de

intercambio y confianza con los integrantes de otras religiones, ello no resultó en la disolución de las líneas culturales que mantenían a los judíos segregados del conjunto de la sociedad mayoritaria. En otras palabras, la cooperación económica coexistía con todo tipo de prejuicios étnicos y religiosos. ¿Qué mecanismos emplearon los sefardíes para franquear estas barreras? Trivellato propone el concepto de «cosmopolitanismo comunitario» (*communitarian cosmopolitanism*) como modelo para explicar la paradójica situación de una comunidad que nunca acababa de integrarse o fundirse en la sociedad de acogida, y que, sin embargo, cooperaba con los miembros de esa misma sociedad que la mantenía marginada.

El control ejercido por los líderes de la comunidad sefardí sobre el conjunto de sus correligionarios, con objeto de salvaguardar la ortodoxia religiosa de estos, jugó un papel decisivo en el aumento de la credibilidad de la comunidad ante los ojos de los cristianos. Este simple hecho es fundamental para entender la cooperación entre judíos y gentiles. De ahí que Trivellato afirme que, paradójicamente, «the solidification of Jewish-Christian boundaries could thus facilitate rather than impede the development of cross-cultural trade» (pág. 50). Así, las numerosas comunidades judías de toda Europa tuvieron que afrontar un importante problema común: ¿cómo equilibrar la necesidad de preservar un espacio ritualista y social para la ortodoxia con incontables ocasiones para mezclarse con los gentiles? En el justo equilibrio residía buena parte del éxito comercial sefardí.

La fuente principal que emplea Trivellato es una colección de miles de cartas pertenecientes a la sociedad mercantil formada por dos familias sefardíes de Livorno: Ergas y Silvera. La correspondencia muestra claramente que los socios comerciaban tanto con judíos como con un gran número de comerciantes no judíos repartidos por Europa, el Mediterráneo y el Océano Índico. La colección epistolar se compone de 13.670 cartas enviadas desde Livorno a 67 lugares entre 1704 y 1746. Entre los destinos destacan puertos cercanos a Livorno como Venecia, Génova, Florencia y Marsella, pero también localidades más alejadas como Ámsterdam, Londres, Lisboa, Chipre, Aleppo, Constantinopla y Goa. En Goa, Ergas y Silvera trataban con comerciantes hindúes, con quienes nunca se encontraron cara a cara y a quienes enviaban coral del Mediterráneo a cambio de diamantes y otras piedras preciosas. Con objeto de desentrañar los mecanismos que regían las relaciones transculturales en un comercio de tan larga distancia, Trivellato sigue la pista a los contactos de Ergas y Silvera hasta archivos y bibliotecas situados en sus respectivos lugares de residencia. En Lisboa cabe destacar material relacionado con los comerciantes italianos que actuaban de intermediarios entre Ergas y Silvera y los negociantes de Goa. En la propia Goa ha rescatado cartas pertenecientes a algunas de las familias que comerciaron con el Mediterráneo a comienzos del siglo XVIII. Tal como apunta la autora, todas esas fuentes demuestran que la cooperación en los negocios coexistía con la desconfianza, algo que no debe sorprender teniendo en cuenta la precariedad de los sistemas de comunicación y lo difícil que resultaba asegurar el cumplimiento de los contratos. Pero, ante la omnipresente desconfianza, toda transacción comercial requería un notable grado de confianza originada y mantenida gracias a la obtención regular de información sobre la reputación y el proceder de las personas con quien se negociaba. Esto era así tanto en el caso de familiares y parientes como en el caso de comerciantes «extraños». O, dicho de otra manera, la cooperación económica no era sinónimo de apreciación religiosa sino de información disponible.

Era precisamente esta consideración, la facilidad de recabar información sobre ellos, la que impulsaba a comerciantes como Ergas y Silvera a recurrir a sus correligionarios siempre que podían. En Ámsterdam y Londres, por ejemplo, la firma de Livorno solamente trataba con casas sefardíes; pero en Marsella, donde imperaban férreas medidas antisemitas, todos sus corres-

pondientes eran cristianos. Ergas y Silvera también crearon sólidas relaciones de agencia con comerciantes no judíos residentes en Lisboa y Goa. Ningún vínculo de sangre o comunidad les unía a ellos, y en caso de que les engañaran, poco podían hacer desde Livorno para iniciar acciones legales. Y, sin embargo, las relaciones de agencia fructificaron sin necesidad de un sistema legal centralizado que mediara entre ellos y sus contactos. Trivellato sugiere que fueron «calculative attitudes, shared customary norms regarding business contracts, and multilateral reputation control» los que generaron suficientes regularidades de comportamiento como para generar comercio transcultural (pág. 146).

El motivo por el que Ergas y Silvera soportaban la enorme autonomía de sus contactos en Goa no era otro que la participación de un buen número de conocidos suyos en el comercio de coral y diamantes (sobre todo judíos de Ámsterdam). Tanto era así que «the concentration of the Sephardic diaspora in coral and diamond trading was crucial to the ability of individual firms such as Ergas and Silvera to engage in cross-cultural trade» (pág. 240). Incluso los genoveses y florentinos agentes de Ergas y Silvera en Lisboa compartían con ellos multitud de contactos en Livorno y Génova que hacían que fluyera abundante información sobre precios y comportamientos sociales. Tal como concluye Trivellato, el *modus operandi* de Ergas y Silvera se conforma a la idea, postulada por la «social network analysis», de que «chains of information transmission generate economic incentives and social control, and shared norms of behavior standardize expectations» (pág. 273).

El libro consta de una introducción, diez capítulos y conclusiones. La información proporcionada sobre redes mercantiles y comerciantes de la Época Moderna (no solo judíos) es de magnitud enciclopédica. Solamente las notas al final del texto comprenden cien páginas, a las que hay que añadir una lista bibliográfica de sesenta páginas y un índice analítico de veintitrés. Este despliegue informativo proviene en parte de la tesis doctoral de la que se origina el libro, siendo así que la autora no comienza a abordar la pregunta central de su estudio hasta el capítulo 5 (pág. 133). No obstante, el estudio revela con gran detalle y sofisticado aparato teórico las estrategias empleadas por los comerciantes sefardíes de Livorno. Se trata de un ejemplo de historia global que desgrana con enorme claridad y penetración los entresijos de las redes de la diáspora y del comercio transcultural de larga distancia. Más allá de su obvio interés para historiadores de diásporas y redes mercantiles, el de Trivellato es un magnífico trabajo sobre la compleja interacción entre cultura y vida económica.

Xabier Lamikiz Gorostiaga

Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, España

doi:10.1016/j.ihe.2011.05.003

The British Industrial Revolution in Global Perspective, Robert C. Allen. Cambridge University Press, Cambridge (2009). 331 pp.

El libro de Robert Allen sobre la Revolución industrial británica será, por muchos años, el gran referente de este tema central de la historia económica mundial. El autor posee una profunda comprensión de la teoría económica típica de los buenos economistas, una gran erudición propia de los buenos historiadores y, lo que es más importante, las combina a la perfección. Allen nos ofrece una interpretación muy bien argumentada de por qué se produjo la Revolución industrial en Gran Bretaña entre la segunda mitad del siglo XVIII y el primer tercio del XIX, por qué no se produjo en otro país o en otro momento, y por qué la difusión de la industrialización fuera de las fronteras británicas empezó a partir de 1830 y no antes.