

C. ERRO (dir.), *Historia empresarial. Pasado, presente y retos de futuro*. Ariel Empresa, Barcelona, 2003.

Este ambicioso trabajo, dirigido por Carmen Erro, constituye una valiosa síntesis de la evolución, situación actual y perspectivas de futuro, a nivel internacional, de la historia empresarial, al tiempo que refleja el creciente interés que despierta esta disciplina entre los historiadores españoles. De hecho, y aunque recientemente han aparecido otras obras que tratan de recoger las últimas investigaciones en historia empresarial a escala internacional, este es el primer esfuerzo impulsado desde nuestro país que reúne a especialistas de excepción de diversas nacionalidades, y que, además de incluir un valioso balance historiográfico en variadas áreas geográficas, aborda aspectos tan relevantes como las bases teóricas y empíricas de la disciplina, el futuro de la enseñanza y de la investigación de historia empresarial, o la estrategia para acercar entre sí a los distintos actores implicados en esta “historia” (académicos, estudiantes, empresarios, directivos y la sociedad en general).

El libro se organiza en tres grandes bloques, precedidos por una excelente introducción de la directora en la que se sintetizan las ideas más importantes del conjunto de la obra. La primera parte, dedicada a las bases teóricas de la disciplina, se inicia con una reflexión sobre la utilidad de la historia empresarial a cargo de Jesús M.^a Valdaliso y Santiago López, quienes identifican a los potenciales consumidores de esta disciplina y las posibles vías para llegar a ellos. A continuación, dos capítulos, desarrollados por Alan Roberts y Miguel A. Martínez-Echevarría, analizan la evolución del marco teórico aplicado al estudio de la empresa. Ambos autores defienden un mayor uso de la teoría en la historia empresarial, en contraposición al alto contenido empírico que tradicionalmente la ha caracterizado, y la extensión de las bases teóricas más allá de la economía y la dirección de empresas –sus fuentes tradicionales– hacia enfoques de tipo cultural y, como insiste Martínez-Echevarría, más humanistas. El último artículo comprendido en este bloque, elaborado por Matthias Kipping y Núria Puig, aborda el estudio de las consultoras internacionales de empresa y la formación, con retraso y tecnológicamente dependiente de socios más adelantados, de este sector en España. Estos autores muestran cómo las tres grandes generaciones de consultoras identificadas (la organización científica del trabajo, organización y estrategia, y las consultoras de información y comunicación) también se desarrollaron, aunque de forma tardía, en España, pero más vinculadas a la acción estatal y a la inversión extranjera.

El segundo bloque temático aborda las fuentes empíricas de las que se nutre la historia empresarial y explora nuevas vías de divulgación de sus resultados. Teresa Tortella ofrece un balance sobre la situación, organización y accesibilidad de los archivos de empresa, públicos y privados, en distintos países (por un lado los pioneros Alemania, Estados Unidos y el Reino Unido, y, por otro, el caso español), incluyendo numerosas y útiles referencias de archivos abiertos a los investigadores. A continuación Colin Divall

defiende la divulgación de “historias empresariales populares”(p. 169) a través de la difusión de los resultados de la disciplina en museos industriales, tecnológicos y del transporte. Esta iniciativa, más difundida en Estados Unidos que en Europa, permitiría según el autor acercar la empresa a la sociedad y aumentar así su interés por la historia empresarial, pero requiere de un esfuerzo mayor por parte de los investigadores para integrar a la empresa dentro del entorno social y cultural que la rodea. Carmen Erro y Francisco Javier Caspistegui también se plantean en el siguiente capítulo cómo incrementar el interés por la historia empresarial, esta vez por parte de los empresarios y directivos. Estos autores proponen como vehículos de este acercamiento las historias patrocinadas y los estudios sobre “cultura empresarial”, elemento que cada vez es más considerado por los directivos como clave en la supervivencia de la empresa.

La tercera parte del libro recoge el balance historiográfico de la disciplina en diversas áreas geográficas: Estados Unidos (estudio a cargo de David B. Sicilia), Gran Bretaña (Andrew Godley), Alemania (Toni Pierenkemper), Japón (Takeo Kikkawa), Francia (Ludovic Cailluet), Italia (Luciano Segreto), España (Albert Carreras, Xavier Tafunell y Eugenio Torres) y el conjunto de América Latina (Carlos Dávila). Si bien con diferencias derivadas de la diferente cronología en el desarrollo de la disciplina, todos los casos analizados coinciden en la influencia del paradigma chandleriano en los trabajos abordados hasta fechas muy recientes, cuando se han ido abriendo nuevas líneas de investigación más allá del estudio de la gran empresa, como la empresa familiar, los estudios de género, las relaciones entre empresa y Estado, el concepto de redes, la colaboración entre sociedades, y estudios sobre consumo, publicidad y marketing. También se reitera en estos capítulos, al igual que en los dedicados a la teoría, la ausencia actual de paradigmas y la multidisciplinariedad de la disciplina. No obstante, pueden señalarse algunas particularidades de cada área geográfica analizada. Así, los enfoques culturales hacen especialmente furor en Estados Unidos, algo sin duda relacionado con el hecho de que la historia empresarial suela ubicarse en los departamentos de historia, no de historia económica como es común en Europa. Las causas del climaterio británico han sido, y continúan siendo, bajo nuevos enfoques, un tema recurrente en Gran Bretaña; lo mismo que ocurre en Japón con el estudio de los zaibatsu e instituciones específicamente japonesas, o en Italia con la banca y las industrias de la Segunda Revolución Industrial. La historiografía reciente en Alemania y Francia incluye numerosos trabajos sobre la empresa durante la época nazi; y en América Latina, donde la disciplina, tradicionalmente muy influida por la academia estadounidense, va ganando entidad propia, especialmente en Argentina, México y Brasil, se está produciendo una revisión y rehabilitación de la figura del empresario, alejada de la sesgada visión de “vendepatrias” dominante hasta fechas recientes. El caso español también cuenta con algunos rasgos particulares. En primer lugar, como ocurre en otros aspectos, la situación de la historia empresarial española se encontraría por detrás de la pionera escuela estadounidense y las europeas de mayor tradición (Reino Unido, Francia, Alemania e Italia). Y esto queda reflejado tanto en el interés de las propias empresas, y de la Administración, por conocer y preservar su pasado, como en el desarrollo de foros académicos propios, en la cuantía de la producción historiográfica, en los temas analizados y en las vías de difusión de los resultados. Sin embargo, Carreras, Tafunell y Torres auguran un futuro fructífero de la disciplina en España, acorde con el impulso y madurez logrados recientemente, y cargado de nuevas interpretaciones de las hipótesis hasta ahora dominantes (la escasez de empre-

sarios y de grandes empresas, y el protagonismo de la empresa familiar, la empresa pública y la empresa extranjera).

Cabe preguntarse, para concluir, y tomando prestada una parte del título, por los principales retos a los que se enfrenta la historia empresarial. Desde el punto de vista de la utilidad de la disciplina, son obvios los problemas que aún persisten para despertar el interés de aquellos potenciales usuarios o “consumidores” externos a la Academia (estudiantes, empresarios, directivos, otras disciplinas y la sociedad en general). Como en distintos puntos del libro se indica, el principal desafío en este sentido es precisamente potenciar el acercamiento a todos ellos, proceso que pasa por afianzar el estudio de la disciplina en universidades y escuelas de negocios, fomentar los estudios sobre “cultura empresarial” para despertar el interés de empresarios y directivos en los procesos de toma de decisiones del pasado, acudir a las mal afamadas historias patrocinadas y fomentar nuevas vías de divulgación abiertas a públicos más amplios, como los museos empresariales. Los logros que se alcancen en esta dirección facilitarán, a su vez, la conservación y acceso a las principales fuentes empíricas de la disciplina, los archivos de empresa, y la consolidación de la enseñanza de la historia empresarial. Volviendo a la cuestión de las fuentes y de la metodología de la disciplina, los retos no sólo tienen que ver con el uso de más y mejores fuentes, sino también con una ampliación de las bases teóricas, englobando las nuevas líneas de investigación ya mencionadas, así como enfoques más culturales, y facilitando comparaciones internacionales y resultados más generales que complementen las “historias de empresas”. Aquí también podría incluirse el uso de fuentes alternativas para el estudio de la historia empresarial, como la historia oral, tal como proponen Segreto y Dávila, o el análisis de actividades empresariales no tradicionales, pues, como señalan Kipping y Puig a propósito del negocio de la consultoría, constituyen un reflejo, además de un poderoso vehículo de transferencia, del conocimiento empresarial dentro y fuera de la empresa.

Es éste un libro, en resumen, lleno de ideas y sugerencias para investigaciones futuras, que recoge numerosas referencias de archivos, asociaciones y centros de investigación en historia empresarial, y que además sintetiza los principales resultados alcanzados hasta ahora por foros académicos muy dispares, resultando de este modo una herramienta de trabajo excepcional. Obra de referencia para los investigadores de la disciplina, resulta tremendamente útil para los neófitos que se inician en este campo, y muy interesante para todos aquellos relacionados de una manera u otra con el mundo de la empresa.

ADORACIÓN ÁLVARO