

# Historia Innova

Miguel Ángel López Trujillo y Gema Ramos Martínez



Gestor cultural e historiador. Doctor Europeo en Historia y MBA. Entre 1994 y 2005 fue investigador y profesor universitario en España y Estados Unidos. Es autor de dos libros y de numerosos artículos científicos y de prensa. Actualmente dirige su propio proyecto emprendedor: Histania Consultores Culturales. [miguela.lopez@histania.com]



Documentalista y técnico cultural. DEA por la Universidad de Burdeos y Licenciada en Historia. Ha sido investigadora en España y Francia, y ha colaborado en el montaje de exposiciones y catálogos. Actualmente trabaja en Histania Consultores Culturales y en la Biblioteca Nacional de España. [gema.ramos@histania.com]



## 002

Las ciencias humanas son un poderoso activo del que la información no puede prescindir. Disciplinas como el arte, la literatura, la filosofía o la historia son el laboratorio que analiza el pasado de la experiencia humana en numerosos ámbitos: creativo, político, económico, pensamiento, etc. El conocimiento que generan, más allá de su uso tradicional como cultura o mero enriquecimiento personal, es capaz, por medio de la innovación, de generar productos con un gran valor añadido que pueden ser explotados comercialmente. Para muestra vayan estos tres casos sobre empresas relacionadas con la historia.

### «Put the past to work»

Para History Associates Incorporated<sup>1</sup>, una consultoría establecida en Washington que da empleo a 50 profesionales, el pasado de una corporación como MCI o Texas Instruments sirve para crear una publicación conmemorativa, pero también es considerado como una preciosa fuente de información para tomar decisiones estratégicas. Un equipo de historiadores y documentalistas especializado por áreas de investigación (empresa, medio ambiente, política, relaciones laborales, etc.), produce textos, gestiona documentación y obtiene información relevante para procesos judiciales, un servicio muy genuinamente americano.

¿Los productos? Libros, folletos promocionales, bases de datos, webs, exposiciones y documentación técnica. Un excelente ejemplo es el archivo histórico virtual DuPont, elaborado para la segunda compañía química del mundo en su 200 aniversario<sup>2</sup>. El proyecto inicial, un libro conmemorativo, creció hasta convertirse en el archivo on line de la compa-



---

## LA VENTAJA COMPETITIVA RADICA EN LA VISIÓN TRANSVERSAL E INTERDISCIPLINAR DEL MUNDO QUE PROPORCIONAN LAS HUMANIDADES

---

ña, con miles de documentos, textos originales y fotografías sobre el personal, instalaciones, productos, inversiones y expansión internacional. Este archivo es una valiosa fuente de información para directivos y empleados, así como para periodistas, estudiantes, investigadores y el sector químico en general.

### «Histoire(s) d'Entreprise(s)»

Public Histoire<sup>3</sup>, dirigida por el historiador francés Félix Torres, basa también su negocio en la existencia de un «capital memoria». Los productos de Torres y su equipo son exclusivamente historias de grandes empresas (Gan, EMC, Danone, SNECMA), investigadas a partir de la explotación exhaustiva de sus archivos. Estos volúmenes son espléndidos regalos de protocolo, pero también un método para validar, por medio del pasado, el presente de la compañía y construir una memoria colectiva que refuerce su identidad y cultura corporativa.

### Documentación cultural personalizada a empresas, instituciones y particulares

Histania Consultores Culturales<sup>4</sup> aporta otra manera de convertir el conocimiento humanístico en un activo: localizar y adaptar la información clave que necesita el cliente. Aunque Internet es hoy el medio que más utilizan las empresas para documentarse, no es el único ni el mejor. A diferencia de otras disciplinas científicas, gran parte del conocimiento en ciencias sociales y humanas lo encontramos en bibliotecas, archivos y centros de documentación. Para moverse con eficiencia y rapidez en ese mar de información física Histania cuenta con una plantilla de historiadores, que en plazos tan breves como diez días prepara informes o digitaliza documentos originales que sirven de base para documentales audiovisuales<sup>5</sup>, textos divulgativos y turísticos, restauraciones arquitectónicas, exposiciones y hasta guiones de cine. ¿Ventajas? Información en diferentes formatos, adaptada ex profeso al producto cultural que se va a elaborar, basada en fuentes de calidad científica, que ahorra a las empresas visitar las bibliotecas y contratar a personal especializado para aprovecharse de esa riqueza informativa.

### En resumen...

...tres empresas cuya ventaja competitiva radica en la visión transversal e interdisciplinaria del mundo que proporcionan las humanidades, y en una capacidad de documentarse, analizar, sintetizar y comunicar que pocos profesionales como un equipo de historiadores son capaces de ofrecer.●

#### Referencias

<sup>1</sup> [www.historyassociates.com](http://www.historyassociates.com)

<sup>2</sup> [www.heritage.dupont.com](http://www.heritage.dupont.com)

<sup>3</sup> [www.public-histoire.com](http://www.public-histoire.com)

<sup>4</sup> [www.histania.com](http://www.histania.com)

<sup>5</sup> [www.histania.com/noticia.php?type=2&newsid=18](http://www.histania.com/noticia.php?type=2&newsid=18)

[www.salesforce.com/company](http://www.salesforce.com/company)