

Scuola Americana ed Europea: tendendo ponti pratici per la impresa

Insegnamenti di tutti i tempi del XXI secolo

Francisco Javier Garrido *

Durante la maggiore parte del secolo scorso ci é stato possibile essere testimoni delle convergenze e divergenze della ontologia ed epistemologia ascritta alle rotte di due grandi scuole del pensiero - generiche - nella nostra area del conoscenza: la scuola americana e la scuola europea. Le diverse prospettive, tendenze ed influenze di alcuni dei suoi autori ed investigatori, costruirono la rotta dell'evoluzione di questa scienza applicata che per forza dei fatti riscuote il senso strategico nel da fare delle organizzazioni e delle imprese del XXI secolo.

Lo sviluppo delle investigazioni di tutt'ordine nel mondo contemporaneo,- dalla prospettiva della comunicazione- sorsero delle interazioni a volte fortuite ed altre formali, tra le scuole del pensiero americana ed europea. Il contesto di questa relazione ha come precedente, per esempio, il fatto che dagli inizi del ventesimo secolo la ricerca della società nordamericana tese su un progetto nell'area della gestione d'impresa per una scienza sociale applicata in cui le aree d'interesse fossero il soluzione della domanda di "come si organizzano" i soggetti nelle loro comunità, come fecero nelle imprese e nella società, prendendo come centro di analisi la comunicazione (nella scuola americana, avendo come punto di partenza le influenze dei pensatori della "filosofia del risultato" che fa cenno sul senso strumentale nella ricerca della conoscenza). La scuola europea, da una visione senza uno speciale cenno praxeologico (come tese ad autodefinirsi), tende ad esplorare le più diverse espressioni della comunicazione, accentuando l'analisi teorico di fronte alle diversità del fenomeno, tendendo in sé, principalmente verso una sociologia speculativa (generatrice di costrutti d'interpretazione e di stati sociali) e verso la profondizzazione nei campi semiotici e linguistici che cercano trascendere più in là delle sue frontiere coi suoi ingrossati apparati epistemologici e filosofici della comunicazione (nei campi delle comunicazioni).

*Docteur Honors Causa de la Stratégie, PhD in Management y Master en Direction Générale (U. de Barcelona), Master of Business Administration-MBA (Queen's University), Fondateur du Harvard Business School Corporate Level Strategy Group (HBSCLS). Licencié en Stratégie à l' IESE Business School (Espagne) et HARVARD Business School (EE.UU.). Doyen de l'Executive Business School (Chili) y Directeur pour L'Amérique Latine de l' ESERP Business School (Espagne). Auteur de livres en Europe, Etats Unis et Amérique Latine. Directeur en Espagne du Groupe Planeta DeAgostini de la *Collection Meilleurs MBA*. Professeur de programmes de maîtrise aux Etats Unis, Espagne et Chili. fj.garrido@hbscls.org

Una storia odierna

Già dalla prima parte del ventesimo secolo le due scuole del pensiero tendono a generare posizioni distanti (in parte provocato dalle distanze dell'epoca tra i centri d'investigazioni tra un punto e l'altro nel mondo) non soltanto in quello toccante agli accenti dei suoi interessi ed investigazioni (pratiche e teoriche) sennoché lentamente vanno distanziandosi per le condizionanti ideologici che attraversavano trasversalmente il mondo, facendo chiaramente una divisione a oriente ed occidente (vedremo che anche questo, ancora quando non si faccia necessariamente esplicito nelle accademie, influirà in qualche modo nella valutazione degli studi e proposte di ambedue parti¹). In queste circostanze le interazioni sporadiche delle due scuole faranno possibile importanti progressi nella investigazione ed applicazione di conoscimenti generati a partire delle relazioni tra alcuni investigatori orbene tra le sue istituzioni (fatto che non poche volte procurerebbe la indifferenza e disprezzo di qualcuno dei suoi pari, per considerare l'intercambio come un atto di "slealtà" intellettuale²). Siamo all'inizio del XX secolo e già possiamo vedere come si articolano condizioni per lo sviluppo di alcuni dei lavori funzionali nello studio ed investigazione sistematica dei fenomeni dell'opinione pubblica e della pubblicità. Tanto gl'interessi degl'investigatori come gli accenni dai diversi centri accademici si potrebbero vedere influenzati dall'irruzione trasformatrice delle tecnologie dell'informazione delle masse Grazie a tali condizioni, così come l'interesse politico lo stesso che incominciava a svegliare nei governi e "i professionisti dell'informazione massiva avrebbero importanti opportunità per lo sviluppo di sperienze impresariali ed investigazioni universitarie" (Laswell, 1972). Verso gl'inizi della seconda guerra mondiale s'implementa la nominata mass communication reserch, una linea d'investigazione con una prima tendenza verso la misurabilità dei dati e con una marcata posizione psico-matematica-logica e centrata nei mezzi massivi d'informazione, secondo si fa cenno nelle pubblicazioni del periodo, in quasi tutte le Università di quell'epoca "l'insegnamento della comunicazione fu sinonimo di comunicazione massiva" (Littlejohn, 1989), lo che ratifica la tendenza verso uno sguardo mass mediatica della comunicazione, nella ricerca di applicazioni ed especificazioni applicabile alla società di metà secolo e che sarebbe rimasta durante buona parte della guerra fredda.

Bibliographie

1. Garrido, Francisco Javier: "Estrategas: tendiendo un puente entre el pensamiento estratégico de Oriente y Occidente", Edit. McGraw Hill, Barcelona, España, 2011.
2. Sengue, Peter: Conferencia dictada en AACSB International Conferencie, Los Ángeles, EEUU, 20 de Abril de 2010.

By Francisco Javier Garrido©

3. Garrido, Francisco Javier: “Pensamiento Estratégico”, Edit. Deusto, Barcelona, España, 2007 (incluye capítulo de Henry Mintzberg).
- 4.- Mintzberg, Henry: “Managers not MBA’s”, Berrett-Koehler, San Francisco, CA. EE.UU., 2004.
- 5.- Majluf, N. y Hax, A.: “Gestión de Empresas con una Visión Estratégica”, Edit. Dolmen, Santiago, Chile, 1996 (4ta ed).
- 6.- En se référant aux conditions sur lesquelles opère la tactique au champ de bataille, Lidell Hart signale: “Dans la sphère physique, le seul facteur constant est celui qui indique que les conditions sont toujours changeantes”.
- 7.- Mintzberg, Henry: “Managing”, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco Ca., EEUU, 2009.
8. Bertalanffy, Ludwig Von: “General System Theory”, Edit. George Baziler, NY, EEUU, 1969.
9. Garrido, Francisco Javier: “El Alma del Estratega”, Edit. Colección de Libros de la Empresa, Santiago, Chile, 2010.
10. Garrido, Francisco Javier: “Teoría de la Recodificación”, Escuela de Ciencias Empresariales, Universidad de Barcelona, España, 2003.
11. Suivant le principe developpé par le philosophe franciscain Guillaume de Ockham (1280-1349), "l'explication la plus simple et suffisante est la plus probable, mais pas nécessairement la véritable".
12. Ohmae, Kenichi: “La Mente del Estratega”, Edit. McGraw Hill, España, 2004 (2ª ed)
13. Mintzberg, Ahlstrand y Lampel: “Safari a la Estrategia”, Editorial Granica, Buenos Aires, Argentina, 2003
14. Rumelt, P. Richard: “How Much does Industry Matter?”, Strategic Management Journal, 12, p.p. 167-185, 1991
15. McGahan, A. and Porter, M.: “How Much does Industry Matter, Really?”, Strategic Management Journal, 18, p.p. 15-30, 1997
16. Wernerfelt, Birger: “Strategic Management Journal”, 11, p.p.171-180, 1984.

