



Scouting

Rivista di interfaccia

Una rivista di interfaccia per gestire la complessità della conoscenza

Per permettere alla “classe dirigente” di **attivare un processo autoformativo** efficace ed efficiente, abbiamo progettato “Scouting”, una rivista di interfaccia. E’ uno strumento che gli permette di orientarsi nel mare magnum delle fonti dell’innovazione.

Il problema della gestione della conoscenza

Siamo in un era in cui si assiste al **crescere realmente esponenziale della produzione di veicoli di conoscenza**: libri, riviste, documenti on line.

Parallelamente al numero cresce la “diversità”: dalle pubblicazioni specialistiche, ai tentativi di sintesi, dal resoconto di esperienze al tentativo di costruire teorie.

In questo tumultuare la conoscenza tende, inevitabilmente, ad intorpidirsi anche a causa dell’incremento disordinato del numero degli autori e dallo scarso controllo di qualità degli editori. Intendiamo dire che **cala la qualità media di queste pubblicazioni**. Per qualità intendiamo:

- il contenuto di innovazione
- la qualità della comunicazione

E cresce l’autoreferenzialità: i libri parlano di altri libri in un rimando infinito nel quale chi non è “addetto ai lavori” percepisce solo vacuità.

Il campo del management non fa eccezione. Il risultato è che la singola persona impegnata in attività operative intense, come può essere un top manager, se prova a immergersi in questo fiume di conoscenza un po’ melmosa, viene inevitabilmente travolta dal suo tumultuoso fluire.

Obiettivo della rivista

Scouting è una "rivista di interfaccia" che permette alla classe dirigente di:

- individuare, nel tumultuare delle sciocchezze, le reali innovazioni appena queste appaiono
- buttare il resto del tumultuare, cioè le banalità
- compiere selezioni finalizzate della conoscenza rilevante quando si manifestino esigenze particolari.

E' un servizio di "imbrigliamento del fiume della conoscenza". O almeno di un suo affluente. E' uno strumento che seleziona, elabora e rende accessibile quanto è pubblicato sulle più autorevoli riviste di management del mondo.

Crediamo sia importante sottolineare la valenza strategico-competitiva di questo servizio. In una società dove tutti sono convinti che l'asset più rilevante da sfruttare, per acquisire un vantaggio competitivo, sia la conoscenza, è essenziale disporre di strumenti che permettano di accedere e rendere utilizzabile la conoscenza più preziosa. Intendiamo dire la conoscenza manageriale, cioè la conoscenza che permette di comprendere e gestire il sistema impresa ed il suo sviluppo.

Diciamo che la **nostra rivista di interfaccia si pone come uno strumento di knowledge management** avanzato che "opera" sulla conoscenza manageriale.

La materia prima

Il nostro lavoro è partito da una selezione di **cinque fonti privilegiate di conoscenza**. Abbiamo scelto cinque tra le riviste più autorevoli al mondo:

- Administrative science quarterly
- California management review
- Harvard business review
- Sloan management review
- Strategic management journal

La ragione che ci ha portato a scegliere queste riviste è la seguente: si tratta di riviste "istituzionalmente innovative".

In esse l'innovazione rilevante viene certamente intercettata e proposta. Ma viene anche "filtrata" dall'esperienza e dal tempo. Certamente vi sono anche molte riviste manageriali italiane, ma esse sono nel migliore dei casi "sorelle minori" (stessa concezione, ma qualità più provinciale) delle riviste che abbiamo selezionato.

La struttura della rivista

Ogni numero di "Scouting" sarà costituito sostanzialmente da tre sezioni. Vediamo nel dettaglio i contenuti di ciascuna.

Prima sezione

Una **presentazione dei contenuti dell'ultimo numero** delle cinque riviste.

In pratica si tratta di circa una pagina per rivista che descrive e valuta i contenuti dell'ultimo numero di ogni rivista. Questa sezione consta, quindi, di circa cinque pagine.

Seconda sezione

Una presentazione dei **tre articoli giudicati più innovativi**. La presentazione viene sviluppata specificando per ogni articolo:

- la collocazione dell'articolo in una mappa complessiva della conoscenza in modo da poter valutare lo "scope" dell'articolo;
- il suo livello di innovazione
- una mappa semantica che ne riassume la struttura
- un breve testo che presenta l'articolo nel suo complesso.

La presentazione sarà di circa due pagine, per ogni articolo. Questa sezione, quindi, consta di circa sei pagine.

Terza sezione

Un **editoriale**. Esso presenterà il significato complessivo e le implicazioni operative delle conoscenze presentate. La sua lunghezza non sarà superiore alle tre pagine.

Edizioni dedicate

Verranno realizzate edizioni dedicate di Scouting con selezione e sintesi ragionata dei contenuti dedicata alle esigenze dei managers di ciascuna azienda. Mantenendo però lo stesso modello editoriale.