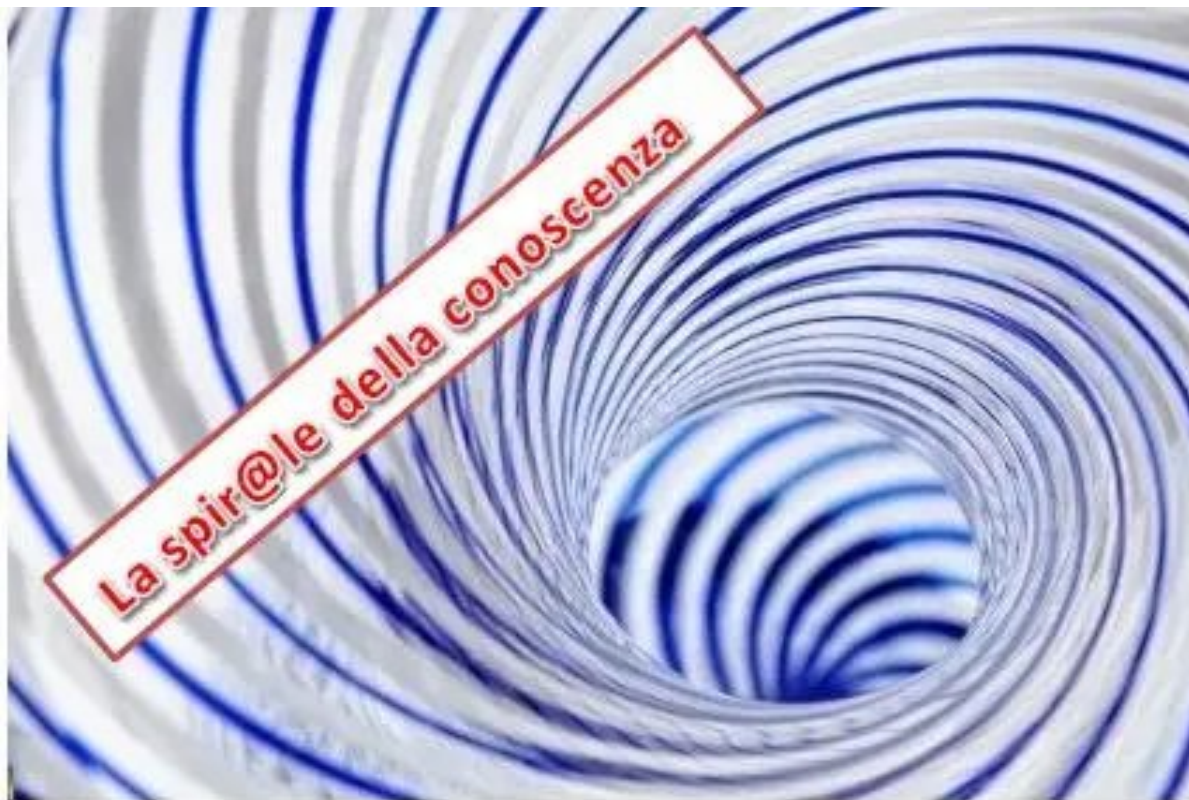


# Roba da Information Brokers

Data: Invalid Date | Autore: Rosangela Muscetta

---



ROMA, 30 APRILE 2013 - L'information brokering è un servizio di intermediazione che comprende il recupero, l'interpretazione e l'organizzazione di informazioni e di documenti rivolto ad aziende o a privati.

L'attività che si occupa della "rilevazione, elaborazione e diffusione dei documenti " (secondo la definizione dello studioso Paolo Bisogno del 1979) è detta propriamente "documentazione".[MORE]

L'information broker in tale ambito è l'intermediario tra le fonti di informazione, che oggi risiedono principalmente sulla rete Internet (in particolare le banche dati online), e i clienti che vi sono interessati, trattandosi della ricerca e dell'organizzazione dell'informazione svolti su basi commerciali da professionisti indipendenti per conto terzi. Il cuore dell'attività di infobrokering (IB) consiste nell'esame delle informazioni richieste dal cliente (selezione, analisi e valutazione), e in particolare nel comprendere i processi di elaborazione che richiedono tali informazioni. I dati vengono organizzati secondo la richiesta e confezionati in report ed abstract. Va sottolineato come tali servizi informativi di ricerca e le figure professionali connesse siano direttamente collegati alla nascita di un vero e proprio "mercato dell'informazione", con valenze direttamente economiche, in un'ottica, quindi, di economia della conoscenza. Se il lavoro è divenuto ormai totalmente cognitivo e se il consumo attribuisce la maggior parte del valore al significato o al servizio associato ad un bene materiale, invece che al bene materiale di per sé, dobbiamo prendere atto del fatto che un grande cambiamento si è ormai compiuto: la nostra economia reale è diventata un'economia in cui è la conoscenza che costituisce valore aggiunto al servizio stesso. Viviamo di conseguenza in una forma di capitalismo cognitivo di cui occorre capire le leggi e le possibilità.

Il valore viene prodotto costruendo il mondo delle opportunità, frutto dell'immaginazione, della comunicazione e della condivisione. Lo sviluppo delle attitudini e delle competenze di gestione documentale di IB riguardano alcune problematiche specifiche, riassumibili in:

- Capacità organizzative. Intese come capacità di gestione del nucleo risorse umane a disposizione, nel caso in cui si disponga di un vero e proprio team e di individuazione delle metodologie atte alla costruzione del piano di budget per l'allocazione delle risorse e di controllo e gestione delle attività (tecniche di project management business plan).
- Capacità di recupero e gestione delle informazioni. Risulta necessario incrociare i bisogni informativi del contesto di riferimento con le capacità professionali degli specialisti, in modo tale che i servizi informativi prodotti siano tanto efficaci da garantirne completa visibilità e usabilità ai destinatari/committenti.
- Capacità di promozione dei servizi. Come per molte altre attività di servizio, anche la documentazione ha bisogno di strategie di marketing, che dovranno valorizzare le competenze dei soggetti coinvolti nel processo continuo di recupero dell'informazione per reinvestirle, nella maniera più opportuna, verso le diverse utenze finali.

In ultima analisi, quindi, gli elementi essenziali del marketing della documentazione possono essere individuati come: la capacità di analisi del contesto di riferimento, la creazione di un processo di continua interazione tra le risorse coinvolte (collaborazione e cooperazione), l'individuazione di nuove utenze e forniture dimostrative dei servizi che determinano la trasformazione di clienti da potenziali in reali, dimostrazione dell'economicità delle attività di tali servizi di recupero informativo mediante degli indicatori specifici, in grado di correlare attività svolte e risultati raggiunti.

Rosangela Muscetta [<http://www.economia-conoscenza-itc.km.blogspot.it>]