

Un codice professionale per gli information broker

L'iniziativa nasce all'interno del programma Impact della Comunità europea

di Ferruccio Diozzi

Pur nella congiuntura economica fortemente negativa la Comunità europea ha continuato a portare avanti una politica di sviluppo del settore dell'informazione in tutti i suoi diversi aspetti.

In particolare, nell'ambito della Direzione generale XIII, telecomunicazioni, mercato dell'informazione e valorizzazione della ricerca, oltre ai progetti orientati più direttamente alle biblioteche, di cui è stato dato già ampio resoconto su questa rivista,¹ è attivo da alcuni anni il programma Impact (Information Market Policy Actions) il cui fine è la crescita del mercato europeo dei servizi d'informazione elettronica.

Tra le attività di Impact intendiamo segnalare il sostegno dato alla formulazione di un *Codice professionale per gli intermediari di informazione (information broker)*.²

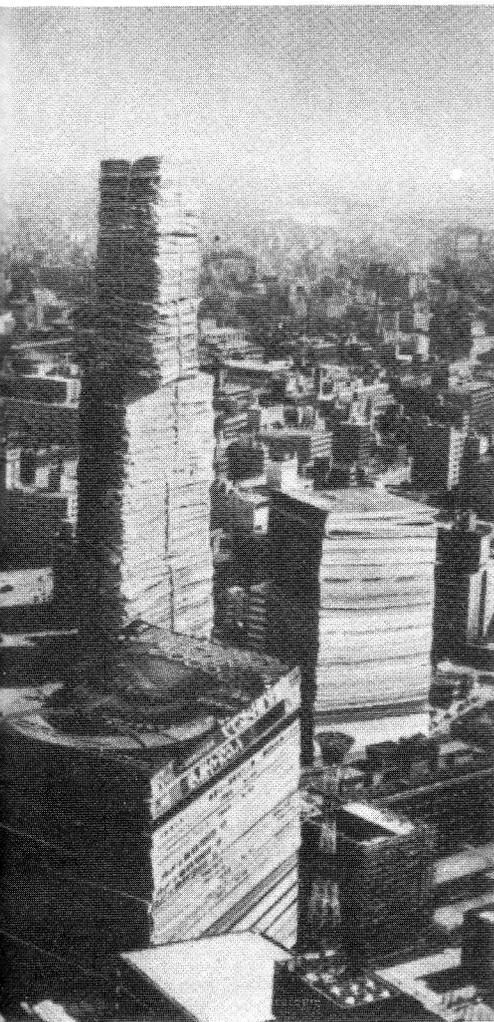
Nato dall'iniziativa congiunta di tre organizzazioni, l'Eusidic (European Association of Information Services), l'Eiia (European Information Industry Association), l'Eiirene (European Information Researchers Network) il codice rap-

presenta il tentativo di consolidare, a livello internazionale lo status professionale di un nuovo specialista dell'informazione, l'information broker, l'intermediario d'informazione. Un professionista che ricerca e procura informazioni di natura diversa per clienti, agendo quindi su base commerciale.

Negli ultimi anni le prospettive professionali del broker sono state oggetto di un discreto dibattito anche in Italia, dibattito che è oscillato tra previsioni trionfalistiche (il broker come figura professionale decisiva in un contesto in cui l'informazione, sia quella trattata abitualmente dalle biblioteche e dai servizi di documentazione, sia



quella gestita in altri ambiti, si presenta sempre più nella sua veste di risorsa, “il quarto elemento essenziale di ogni produzione” dopo il lavoro, le materie prime, i capitali) e visioni estremamente negative (il broker nuova figura professionale già invecchiata e destinata ad essere superata dall’ulteriore innovazione tecnologica). Recentemente, però, comincia a prevalere un orientamento più equilibrato che, dando per scontata la rilevanza della novità della figura dello specialista d’informazione che agisce su basi commerciali, tenta di definirne meglio potenzialità, responsabilità e limiti.³ La redazione di un codice professionale si muove in questa dire-



zione: come per altre professioni “nuove”, i cui confini sono ancora tecnicamente incerti, una serie di regole riconosciute da tutti può rappresentare un’ottima garanzia sia per i professionisti operanti nel campo specifico sia per i loro utenti. Garanzia di qualità nello svolgimento del lavoro per questi ultimi; garanzia di vedere ampliata la propria credibilità professionale per i broker.

La strada dell’autoregolamentazione è stata già intrapresa negli Stati Uniti da altre nuove figure professionali (ad es. i project manager) con discreti risultati. È sperabile che possa offrire risultati positivi anche per il mercato europeo dell’informazione.

Il codice prende le mosse da una volontà precisa: quella di assicurare agli utenti degli information broker che i servizi erogati da questi ultimi siano forniti nel rispetto di un’etica professionale. Per raggiungere questo obiettivo i rapporti tra broker e clienti dovranno essere informati dal rispetto, dall’onestà e dalla reciproca fiducia.

Viene sottolineato come la stessa offerta di servizi debba impegnare l’information broker professionista nel garantire un livello di competenza tale da portare a buon fine il lavoro.

Viene, inoltre, fatto il punto della situazione a proposito dei termini usati per indicare figure professionali che abbiano a che fare con l’intermediazione d’informazioni.

Dato per scontato che l’information broker è un soggetto che fornisce servizi informativi in vista di un ritorno economico si ricorda come possano esservi due grandi tipologie in cui questo specialista può agire:

- area del lavoro indipendente: l’information broker procura e vende servizi informativi ai propri clienti;
- servizi informativi a pagamento

operanti all’interno di organizzazioni pubbliche e private.

Nell’introduzione al codice sono altresì ricordate le definizioni che dei broker hanno dato alcune fonti particolarmente rilevanti in materia:

— un individuo o un’organizzazione che, su richiesta, risponde a domande d’informazione usando tutte le fonti disponibili e che svolge tale attività in vista di un ritorno economico (“Asis Bulletin”, 7 (1976), 2 e Eirene 1993);

— un individuo o un’organizzazione che procurano informazioni su richiesta di un terzo soggetto, singolo o collettivo (Eusidic, 1984).

Il codice è diviso in due parti, una riguardante i cosiddetti “principi etici”, la seconda sulla “qualità dei servizi forniti al cliente”.

Nella parte dedicata ai principi una prima sezione affronta gli aspetti generali dell’“integrità morale” dei broker: non solo va sempre mantenuta la correttezza professionale nei confronti del cliente ma vanno anche rigettate tutte le forme di discriminazione (determinate dalla razza, dal colore, dalle credenze religiose, dal sesso e dagli orientamenti sessuali).

La sezione successiva è dedicata alla riservatezza che il broker dovrà osservare nei confronti dei propri clienti, impegnandosi, tra l’altro, a non riutilizzare l’informazione acquisita durante lo svolgimento di un lavoro per un cliente, per interessi personali.

Una terza sezione di “etica professionale” impone il rispetto, sempre e comunque, delle obbligazioni contrattuali, il rispetto della normativa vigente sul diritto d’autore e sulla protezione dei dati e, in generale, l’impegno a svolgere ricerche d’informazione senza commettere alcuna azione illegale. Infine, la sezione dedicata all’obiettività, indica una linea guida di lealtà professionale da se- ➤

guire tale che spieghi chiaramente al cliente i criteri posti alla base della ricerca d'informazione.

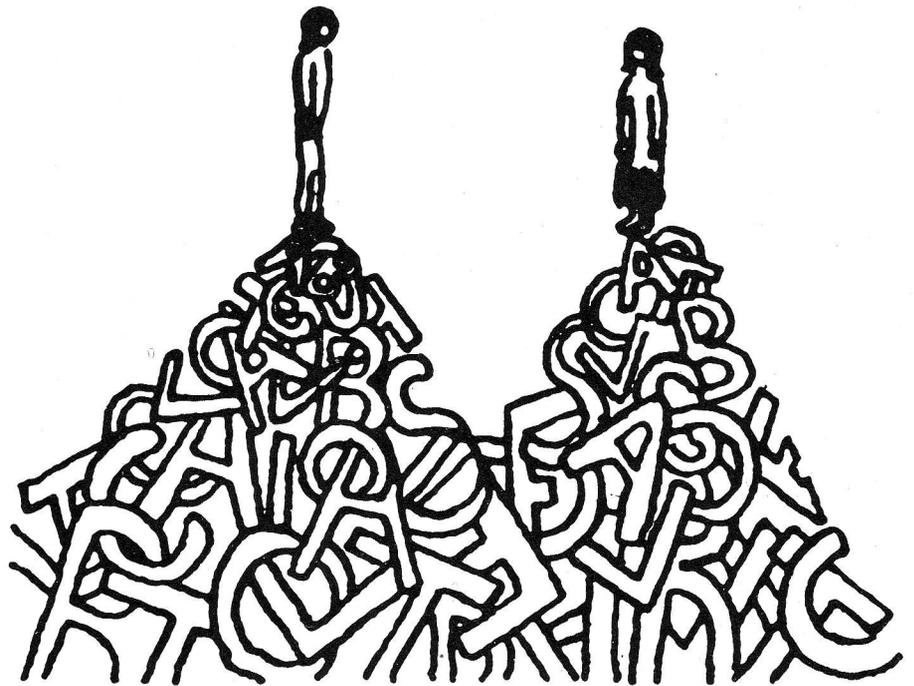
La seconda parte, dedicata alla "qualità dei servizi forniti al cliente" riporta linee guida più immediatamente operative per il migliore esercizio della professione: vengono ulteriormente esplicitate le modalità che il broker dovrà seguire nello stipulare un contratto con un cliente (in tema di capacità di portare a buon termine la ricerca d'informazione, di rispetto della normativa sul copyright, ecc.) e gli atteggiamenti che sono assolutamente da evitare (come assumere un impegno di lavoro che, in partenza, è fuori dalla propria competenza professionale).

Il broker dovrà, naturalmente, fornire al cliente una stima dei costi prima della stipula del contratto e, se richiesto, fornire un dettaglio dei costi e dello stato di avanzamento dei lavori.

Successivamente, nella sezione intitolata "competenza professionale" viene fatto obbligo al broker di migliorare continuamente le proprie competenze professionali e di gestire nella maniera migliore i rapporti di subfornitura che impegnino eventuali soggetti terzi. In quest'ultimo caso si specifica che il broker primo contraente deve restare, comunque, la sola interfaccia nei confronti del cliente.

Vengono, infine, ricordati i principi della riservatezza (da applicare all'interno dell'organizzazione in cui il broker lavora o nel rapporto tra il broker indipendente ed i clienti), della responsabilità che i broker possono assumersi e della pubblicità che i broker possono farsi in conformità alla legislazione vigente ed escludendo naturalmente la cosiddetta pubblicità negativa.

Nel *Codice* istanze di principio si fondono con elementi tesi a rego-



larizzare aspetti più tecnici e routinari della professione. Ciò appare logico se si tiene conto di una condizione ancora, tutto sommato, di *status nascendi* dell'information broker; condizione che rende necessario, al tempo stesso, fissare i confini della professione ma anche determinare con accuratezza alcuni elementi pratici.

È comunque evidente una forte enfasi posta sulla necessità di autoregolamentare la professione e la cosa appare significativa, soprattutto se si considerano le potenzialità della risorsa informazione, nel suo impiego più direttamente economico, ma anche gli abusi che possono derivare da comportamenti scorretti e men che trasparenti degli intermediari d'informazione.

Un codice per i broker aiuta a garantire uno sviluppo non patologico di questa nuova professione portando il contributo indispensabile delle regole certe alla formazione di un vero mercato europeo dell'informazione.

Che poi questa iniziativa sia partita da associazioni che rappresentino interessi imprenditoriali nel settore specifico può solo far bene sperare sullo sviluppo di questo mercato e non ci si può che compiacere del fatto che la Comunità europea se ne sia fatta parte diligente. ■

Note

¹ Cfr. G. VITIELLO, *Ricerca comunitaria e biblioteche*, "Biblioteche oggi", 11 (1993), 11, p. 46-56 e *Programma Dg XIII-Cee: i progetti*, "Biblioteche oggi", 11 (1993), 11, p. 57-67.

² *Code of Practice for Information Brokers*, Luxembourg, Imprimerie Reka, 1993.

³ Sull'identità dei broker e sul loro destino rimando ai miei *C'è un futuro per gli information broker?*, "Aib Notizie", 4 (1992), 6/7, p. 19-20 e *Informazione in linea*, Roma, Associazione italiana biblioteche, 1993, p. 51-54.