

L'occhio di Google™

Scenari hi-tech
Il più importate motore di ricerca del web come il Grande Fratello

Essere "spiati"
in strada è già possibile. Presto una banca dati del Dna

di DANIELA CIPOLLONI

DOPO il Web, il Dna. Se Google può scandagliare in pochi secondi oltre 8 miliardi di pagine in Rete e zoomare le sue telecamere fino a scrutare il pedone che passeggia per strada, non avrà certo paura di tre miliardi di "mattoni" che costituiscono il nostro codice genetico. Detto fatto, il re della ricerca on line ha appena acquisito per 3,9 milioni di dollari una quota di minoranza di una società biotech statunitense, la 23andMe, dove 23 sta per il numero di coppie di cromosomi umani. Obiettivo dichiarato: realizzare una enorme banca dati del Dna degli utenti Internet. Così, persino il nostro profilo genetico non avrà più segreti. D'altronde gran parte dell'informazione in circolo ormai passa attraverso quello stretto spazio bianco dove inseriamo le parole chiave. Il motore più usato del Web è diventato uno snodo della conoscenza, la principale porta di accesso alle notizie per i 20

milioni di internauti italiani. Piace perché è semplice, pratico e ci regala la sensazione di governare il caos: «La frammentazione dei media e l'abbondanza di input che riceviamo rischia di disorientare, per questo le piattaforme digitali sono diventate uno strumento fondamentale», afferma Andrea Salvati Industry Leader di Google Italia, ospite a Roma al Festival Hi! Tech. «Il mezzo on-line viene in soccorso all'approccio "analogico" off-line, che non sempre ci permette di avere a disposizione quello che cerchiamo quando lo cerchiamo. È questa la ragione del successo

dei motori di ricerca».

Per cui, "se non lo sai, chiedi a Google". Così è partita l'impressionante scalata di un'azienda creata nel 1998 da due illustri sconosciuti, Larry Page e Sergey Brin, studenti all'Università di Stanford, che in pochi anni sono arrivati a conquistare uno strapotere planetario. In realtà, il motore di ricerca è solo il livello base della miriade di servizi del gigante californiano di Mountain

View. Google si è imposto ovunque: dai contenuti video (potenziati con la recente acquisizione di You Tube), alle mappe interattive di Google Maps, che hanno spedito in soffitta cartine stradali e mappamondi. L'ultimo servizio di Google, "Street View", lanciato nelle città di New York, San Francisco, Miami, Denver e Las Vegas, è già finito nell'occhio del ciclone. Fa vedere troppo, fino al livello di vie, negozi, ristoranti, e alcuni ignari individui non hanno ap-

prezzato di essere stati colti in situazioni poco simpatiche, come urinare sul ciglio della strada.

La rivoluzione Google non finisce qui: Google Scholar (l'unico senza pubblicità) dedicato agli studenti e alle ricerche scientifiche, ha preso il posto di libri cartacei, archivi ed enciclopedie. E persino i maggiori templi del sapere, come la New York Public Library e le biblioteche di università come Harvard, Stanford e Oxford, si sono messi al passo, aderendo al progetto Google Books Library di trasferire in rete milioni di volumi per creare una gigantesca



biblioteca condivisa.

Ogni mossa googliana ha lo stesso minimo comune denominatore (oltre quello di trarre profitto dagli inserzionisti pubblicitari): raccogliere la conoscenza e renderla accessibile a tutti. O quasi. In paesi come la Cina o in Medio Oriente la ricerca on-line non è così libera, e su Google, Microsoft e Yahoo pesano le denunce di complicità con la censura, lanciate dalle organizzazioni umanitarie come Amnesty International. Non è l'unico lato oscuro del gigante californiano, come racconta Ippolita, una comunità hacker, in *Luci e ombre di Google*, libro recentemente edito da Feltrinelli e scaricabile gratuitamente on-line. Il pericolo per l'informazione è che se non sei su Google, non esisti. C'è poi la questione rovente della privacy, dalla scansione delle e-mail del servizio Gmail fino alla memorizzazione dei dati degli utenti. Tanto che, in Italia, Google si è appena aggiudicato il Big Brother Award, un premio in negativo per la tecnologia più invasiva in fatto di privacy. Qualche risvolto positivo però c'è. Se ben analizzati, i dati raccolti dalle ricerche su Web possono mostrare fili conduttori, tendenze, e sorprese. È così che è nato Google Hot Trends. Disponibile al momento solo in lingua inglese, la nuova funzione fornisce un quadro istantaneo di ciò che le persone stanno cercando e di come variano le abitudini di ricerca in 70 paesi del mondo. Un esempio? Ogni notte prima degli esami Google rileva una forte richiesta di quelli che sembrano tentativi dell'ultimo minuto di studenti che cercano di prepararsi alla prova. La lista di Hot Trends mette a confronto le 100 tendenze di ricerca che crescono più rapidamente durante la giornata. E ogni nostro click dirà la sua.

IL FESTIVAL

Prosegue fino a domenica il primo Festival dell'Innovazione "Hi! Tech". Nella cornice dell'Ara Pacis di Roma, un mosaico di eventi dedicati al tema dell'innovazione tecnologica, tra riflessione, divulgazione e divertimento. Un appuntamento per tecnici e profani, con occasioni di svago anche per i bambini. L'iniziativa è stata realizzata da Laif (Lazio innovazione tecnologica) per la Regione Lazio, con il contributo del Comune di Roma.