



## Nella rete di Google

a cura di Vincenza Del Marco  
ed Isabella Pezzini

2017, FrancoAngeli

→ Euro 29,00

*"Tendiamo a usare le nuove tecnologie in modo istintivo, senza interrogarci troppo sul modo in cui modificano il nostro ambiente culturale. L'ambizione di questo libro è viceversa di specificare temi e modi di questi cambiamenti, a partire dall'analisi puntuale dei territori in cui Google esercita il suo soft power."*

Dodici capitoli che si susseguono per aiutarci a comprendere il mondo di Google che in quasi vent'anni ha spaziato ed allargato la propria presenza in diverse aree andando oltre al mero concetto di motore di ricerca e muovendosi liberamente dal mondo dello shopping on line, alle visite ai musei, dalla ricerca tecnologica con i Google Glass, al mondo dei "big data" sino ad atterrare alla nuova holding company Alphabet.

Più che di capitoli è forse più corretto parlare di una raccolta di saggi che non si limitano alla semplice descrizione del fenomeno, ma che ne approfondiscono tutte le implicazioni dando un significato ed interpretazione in chiave socio-economica. La lettura è interessante, ma non semplice data la formula saggistica. Curiose sono le diverse letture date all'espansione di Google, ci si sofferma, ad esempio, sullo schermo quale elemento centrale di diverse funzionalità: dalle mappe ai percorsi museali. Lo schermo come terminale ottico di duplice portata: lontano e vicino, reale e virtuale. Quindi non solo strumento di lettura del reale, ma anche di interpolazione o ricomposizione. Da questa disamina si passa al capitolo che approfondisce la capacità di Google di delineare un nuovo universo attraverso tutti i suoi servizi.

È come entrare e muoversi in un nuovo mondo virtuale, plastico ed attento alla tua navigazione e richieste. Google colonizza il quotidiano perché lo rende facilmente e in apparenza immediatamente conoscibile. Ma l'affascinazione e capacità di rappresentare un universo parallelo dura per qualche capitolo per essere interrotta dalla sconcertante verità: il vero prodotto di Google siamo noi. Portatori di un sapere comune trasformato da algoritmi complessi in valore distintivo. Ciò deve costantemente mutare perché nel mondo dell'infosfera l'informazione è un bene illimitato, ma l'attenzione è la vera risorsa scarsa, che poi fa differenza. Non manca una riflessione su Google come una Digital Company. Ispirativi ne sono i valori fondanti orientati principalmente a creare contesti ed ambienti dove la capacità di innovazione possa esprimersi al meglio, con coraggio e velocità. I Googler sono coloro che ogni giorno sono chiamati a cercare nuove idee e provarle senza paura di fallire. La Googleyness invece è quello stato di serenità e senso di realizzazione che i googler posseggono quando presi da un flusso creativo totalizzante. Di certo dopo aver letto tutto il libro, alimentando così la nostra capacità critica, se andassimo a rileggere il motto che sintetizza l'etica di Google "Don't be evil" faremmo qualche considerazione in più...

La conclusione del libro è un paragrafo provocatorio, ma acuto dal titolo "...Per non concludere" in effetti una volta capita la filosofia che anima questa compagnia e le potenzialità che il mondo digitale esprime ogni giorno, diventa difficile mettere un punto e avere la presunzione di aver capito tutto o di pensare che esista solo Google. Domani chissà... *"perché è troppo mobile e dinamica è l'evoluzione della cyber sfera per consentire qualunque tipo di ragionevole certezza previsionale."*