

IN CERCA DI UNA GOVERNANCE

Maurizio Costa, come presidente degli editori italiani (Fieg) è ovviamente parte in causa, specie per la questione dei diritti sui contenuti dei giornali on line usati da Google che in Spagna è recentemente scoppiata (vedi box a pag. 73). La sua lettura della situazione tuttavia sembra fondata nelle argomentazioni: «C'è un filo rosso che tiene insieme tutto ed è l'opacità dei comportamenti di Google, così come di altri "over the top" della Rete», dice. «Sono misteriosi i meccanismi di indicizzazione dei motori di ricerca, è misterioso il sistema di profilamento degli internauti, è misterioso il percorso con cui la nostra navigazione viene tracciata e quindi usata per i servizi commerciali. Ed è misteriosa anche l'entità dei ricavi pubblicitari, basati su meccanismi con cui vengono eluse le tasse fatturando dall'Irlanda». Conclude Costa: «È un paradosso: la Rete, che per natura dovrebbe essere sinonimo di trasparenza, ha tra i suoi principali attori dei soggetti che non sono per nulla trasparenti».

Di qui le tensioni e le (difficili) trattative in corso. Sul fronte della privacy, ad esempio, il Garante europeo Giovanni Buttarelli ha detto in una recente intervista che «per i prossimi 5-6 anni il dialogo sulle regole sarà tra Bruxelles e la Silicon Valley». Da un lato, è l'ammissione del ruolo ormai politico che svolgono le big corporation digitali, sdoganate come un potere statale. D'altro lato, c'è l'attribuzione alla Ue di una funzione di controparte forte. Certo, se l'Europa davvero facesse qualcosa, avrebbe un potere contrattuale maggiore dei singoli Stati. Ma finora non è stato così. E nel frattempo le multinazionali del Web, Google in testa, per espandersi guardano sempre di più ai Paesi emergenti, Asia e Africa in testa: il prossimo miliardo di persone collegate alla Rete, che fa sembrare poca cosa i 300 milioni di internauti europei. Questo non deve costituire un altro alibi per la Ue, ma fa pensare che forse la prima arma possibile contro lo strabordare di potere delle aziende tecnologiche sia la coscienza collettiva. Cioè la consapevolezza di ciascuno di noi - cittadino e navigatore, quindi "netizen" - delle dinamiche in cui è immerso, quindi dei propri diritti. Solo con la precondizione forte e globale di questa coscienza si può pensare a una governance della Rete che sia democratica anziché oligarchica, trasparente anziché opaca, al servizio di tutti anziché di pochi.

ha collaborato Alessandro Longo

“Ma noi cambieremo IL MONDO”

«Sì, la nostra ambizione è questa. E lo faremo con la Rete, i robot, l'intelligenza artificiale». Parla il cofondatore di Google

COLLOQUIO CON LARRY PAGE DI RICHARD WATERS



A 41 anni Larry Page, cofondatore e amministratore delegato di Google, si concede il lusso di pensare in grande. Dopo una recente riorganizzazione aziendale, la responsabilità di gran parte delle attività operative dell'azienda è stata affidata a un suo vice, il che gli permette di dedicarsi ai suoi disegni più ambiziosi. Detta altrimenti, Google è pronta a investire i proventi derivanti dal suo monopolio sui motori di ricerca per assicurarsi una quota del progresso tecnologico del prossimo secolo. E Page, guardando alle possibilità che si stanno aprendo per i prossimi cento anni, si dice

convinto che «riusciremo probabilmente a risolvere molti dei problemi dell'umanità».

Certo, sembra ormai lontana l'ondata di "idealismo" che caratterizzava i primordi di Google, la sua missione originaria ("don't be evil": non essere cattivo) e l'ambizione di «rendere il mondo un luogo migliore». Oggi il potere e la ricchezza di quest'azienda suscitano risentimenti e reazioni negative, specialmente in Europa, dove la compagnia è sotto inchiesta per il modo in cui esercita il suo monopolio sulla ricerca in Internet. Page, tuttavia, non arretra di un centimetro dai declamati «principi altruistici» né dalle smisurate ambizioni nutrite in tempi meno ▶

Dossier

sospetti insieme al cofondatore Sergey Brin: «La finalità sociale è sempre il nostro obiettivo primario. Abbiamo sempre cercato di affermare questo principio con Google. Semmai, non ci siamo riusciti come avremmo voluto», dice.

Anche la missione di «organizzare il mondo dell'informazione e renderlo universalmente accessibile», non è abbastanza ampia per quello che Page ha ora in mente. Il suo obiettivo è quello di utilizzare il denaro derivante dalle entrate pubblicitarie di Google per rafforzarne le posizioni nei settori più promettenti del futuro, da quello delle biotecnologie a quello della robotica. Alla domanda se questo significa che Google deve prefiggersi una nuova missione, risponde: «Penso proprio di sì», ma non dice ancora quale sarà: «Ci stiamo riflettendo».

Quando ci siamo incontrati nel suo quartier generale alla Silicon Valley, Page ha mostrato un atteggiamento timido, lontano da quella sicurezza di sé che contraddistin-

gue di solito la maggior parte dei capi d'azienda. Indubbiamente consapevole della responsabilità aggiuntiva derivante dal gestire un'azienda con 55 mila dipendenti che è sempre più sotto i riflettori, sceglie inoltre le sue parole con più cautela di un tempo. Gli obiettivi, tuttavia, sono molto ambiziosi, anche grazie a una liquidità che continua a crescere e oggi supera i 62 miliardi di dollari: «Ci ritroviamo in un territorio un po' inesplorato», dice. «Stiamo cercando di saggiarlo. Come possiamo usare tutte queste risorse ed esercitare un'influenza più positiva sul mondo?», dice.

Già: per come la vede lui, tutto è una questione di ambizione, una merce che semplicemente scarseggia oggi nel mondo. Gran parte del denaro che affluisce nel settore high tech viene attratto dalla promessa di facili profitti derivanti dall'ultimo boom dei consumi: e secondo Page solo una cinquantina di investitori nel mondo stanno cogliendo le potenzialità delle vere tecnologie innovative

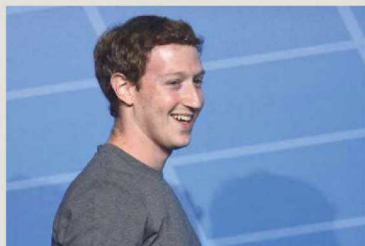
EVAN WILLIAMS E (A DESTRA) CHRISTOPHER "BIZ" STONE, I DUE FONDATORI DI TWITTER

che possono trasformare la vita della maggior parte delle persone sulla terra. Ad esempio, dopo una recente visita a una start-up che lavora sulla fusione nucleare, il cofondatore di Google è rimasto entusiasta dalla possibilità di una rivoluzione che consenta di produrre energia a basso costo. Un'altra start-up lo ha sorpreso per avergli dimostrato la capacità di "leggere" nella mente di una persona a cui vengono sottoposte immagini visive. Poi ci sono le cose su cui in azienda si sta già lavorando: Google X, il laboratorio interno, ha tra i suoi progetti i Google Glass e l'auto senza conducente.

Oggi, inoltre, Page sta sperimentando la creazione di unità aziendali autonome guidate da leader semi-indipendenti incaricati di costruire nuove grandi imprese sotto l'ala di Google. Mountain View ha rivelato che queste includeranno la divisione Nest, che si

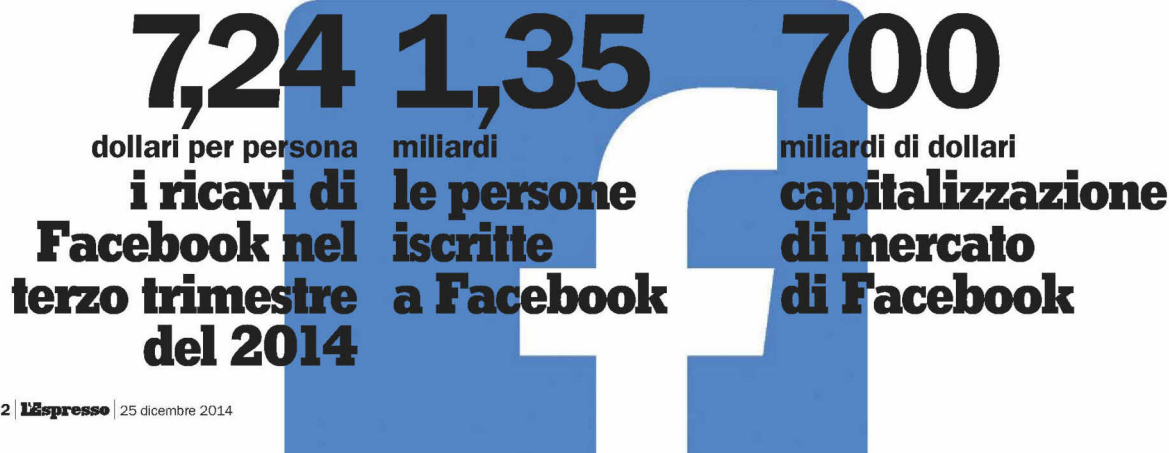
Intanto Zuckerberg fa il cinese DI FABIO CHIUSI

A inizio dicembre il responsabile della censura on line in Cina, Lu Wei, ha fatto visita alla sede di Facebook, a Menlo Park, ricevuto da Mark Zuckerberg. La visita negli Stati Uniti era cominciata con un intervento a Washington di fronte a 150 tra funzionari governativi, esperti e imprenditori del digitale. Occasione per ribadire che «le compagnie straniere che hanno conquistato mercato, utenti e profitti in Cina rispettano tutte le leggi e le regole cinesi, senza eccezione». Compresa quella che gli hanno consentito, nell'ultimo anno, di aumentare la stretta repressiva nel Paese che già era dotato dell'infrastruttura di controllo della rete



più sofisticato al mondo. «Chi sceglie altrimenti si mette sulla strada sbagliata e si isola, e in sarà abbandonato dal mercato». Come Facebook, estromesso dal

2009 da un bacino di utenza potenziale di 650 milioni di individui. Così non stupisce "l'operazione simpatia" di Zuckerberg, dal mandarino sfoggiato con gli studenti della Tsinghua University di Pechino al volume del censore, esibito durante la visita di Lu Wei e regalato anche agli assistenti. C'è da sperare non serva a un compromesso al ribasso sui diritti degli utenti, e a ricordare piuttosto che la libertà di Internet, in Cina, è un valore solo finché equivale a promuovere "l'armonia sociale". Il libero Web, difeso a parole da tutti, sta già morendo di ipocrisia: almeno Zuckerberg ci risparmi la sua.





Mountain View ai ferri corti con la Spagna

A metà dicembre Google ha deciso di chiudere il suo servizio di news in Spagna, dopo che il Parlamento di Madrid aveva stabilito un "equo compenso" da pagare agli editori che producono i contenuti che appunto appaiono sulla homepage del servizio Google News.

La questione non è nuova: da tempo gli editori accusano Google di comportamento parassitario perché, utilizzando i contenuti di diverse testate on line, produce a costo zero un sito che la stessa azienda di Mountain View presenta come «copertura giornalistica completa e aggiornata»; per contro, Google risponde che su quel sito di aggregazione appaiono solo i titoli e brevi sommari dei pezzi, poi si rimanda con un link alla fonte originaria, cioè alle testate possedute dagli editori: i quali quindi dovrebbero solo ringraziare Google News, visto che produce traffico

Internet verso i loro siti. Da un punto di vista dei rapporti di forza Google ha ragione: i giornali che hanno provato a farsi deindicizzare da Google News, in Germania, hanno subito crolli di visite tali da costringerli a rapide marce indietro. In Francia invece è stato trovato un accordo: nessuna royalty agli editori, ma un finanziamento di 60 milioni da parte di Google per un fondo statale a favore di nuovi progetti editoriali on line. In altri Paesi lo scontro con gli editori è ancora in corso e non solo per le news: in Italia, ad esempio, verte soprattutto sulla trasparenza dei dati del fatturato pubblicitario, che Google tiene riservati. La decisione presa da Mountain View in Spagna è quindi si dettata da ragioni economiche, ma probabilmente va intesa anche nel braccio di ferro complessivo con i produttori di contenuti.

occupa di domotica, e una nuova unità che raggruppa i suoi investimenti nell'accesso a Internet e nell'energia. Alcune delle grandi scommesse di Google avvengono in settori che Page definisce "di frangia", cioè che finora non hanno ricevuto un'attenzione sufficiente. Quali esempi, Page cita le malattie che affliggono gli anziani, un settore quest'ultimo di cui sua moglie si è occupata alla Stanford University. Oggi, attraverso una consociata che opera nel settore delle biotecnologie, la Calico, Google ha in programma investimenti per centinaia di milioni di dollari in questo settore.

Tuttavia, rispetto ai primi periodi entusiasmanti, quando qualsiasi iniziativa spericolata veniva accolta da un pubblico adorante, l'impeto del cambiamento tecnologico ha cominciato a suscitare paura. Perché? «Penso che la gente ne veda il lato distruttivo ma non colga in realtà quello positivo», sostiene Page. «Non lo vede come un qualcosa che può cambiare la vita. Credo che il problema sia che molti non si sentono partecipi di questa trasformazione».

Page è convinto che questa trasformazione però sia già in atto. I rapidi progressi nel campo dell'intelligenza artificiale, per esempio, faranno sì che molti lavori saranno svolti da computer o da robot. In questa prospettiva, «nove persone su dieci, se ne avessero la possibilità, smetterebbero il lavoro che stanno facendo». E che dire di quelle

che potrebbero rimpiangere di aver perso il loro lavoro? «L'idea che tutti debbano lavorare in condizioni di schiavitù per fare qualcosa di poco efficiente allo scopo di mantenere il posto di lavoro è una cosa che mi pare priva di senso», risponde Page. Secondo il quale sta per arrivare una deflazione massiccia: «Anche se molti posti di lavoro andranno distrutti, in breve tempo è probabile che ciò sia compensato dal costo decrescente delle cose di cui abbiamo bisogno». Le nuove tecnologie, sostiene, renderanno le imprese non il 10 per cento, ma 10 volte più efficienti. A condizione che portino a una riduzione dei prezzi: «Penso che le cose che desideriamo per vivere meglio potrebbero diventare molto, ma molto più economiche». Il crollo dei prezzi delle case potrebbe rientrare anch'esso in questo quadro. Ancor più della tecnologia, aiuterebbero i cambiamenti politici necessari a rendere i terreni più facilmente disponibili per l'edificazione: «Non c'è alcun motivo per cui un alloggio medio a Palo Alto debba costare un milione di dollari, anziché 50 mila».

Per molti, l'idea di cambiamenti così radicali della propria condizione economica può apparire illusoria o addirittura paurosa. La prospettiva che milioni di posti di lavoro diventino obsoleti e i prezzi dei beni di uso quotidiano entrino in una spirale deflazionistica sembra tutt'altro che tranquillizzante. Ma secondo Page in un sistema capitalista

l'eliminazione dell'inefficienza attraverso la tecnologia dev'essere perseguita fino alla sua logica conclusione: «Non puoi sperare che non accada, accadrà e basta. L'evoluzione dell'economia determinerà fenomeni molto sorprendenti. Con i computer in grado di svolgere un numero sempre maggiore di compiti, cambierà il nostro modo di concepire il lavoro. Non c'è modo di evitarlo».

Quando si tratta di affrontare i problemi politici, Page (come molti tecnocrati) appare subito contrariato da questioni che sfuggono al rigore proprio della tecnologia: «Credo che queste cose suscitino una grande angoscia che dovremmo superare», dice, anche se avanza ben poche idee concrete su come farlo. «Come organizzare le nostre democrazie è un problema: se guardiamo al livello di soddisfazione negli Stati Uniti sta scendendo, non salendo. E questo è abbastanza preoccupante». Quanto alla debolezza del Vecchio Continente nel sostenere imprenditoria e tecnologia si dice convinto che «molti dei problemi in Europa derivino proprio da questo». Per chiudere, Page preferisce però tornare su Google. E dice: «La cosa che stiamo facendo è fornire capitale paziente, a lungo termine». Del resto lui è in un'età in cui può ancora permettersi di guardare lontano. Ma viste le sue ambizioni quasi sconfinate, la pazienza è forse un'altra questione.

Traduzione di Mario Baccianini

Copyright Financial Times - L'Espresso

Foto: B. Bäringer - Redux / Contrasto, M. Fernandez - Ap / LaPresse

Selpress è un'agenzia autorizzata da Repertorio Promopress

Ritaglio stampa ad uso esclusivo interno, non riproducibile