

# Corso Google per specialisti dell'informazione

Francesco Piras

[www.francescopiras.it](http://www.francescopiras.it)

Rev.3 del 13/01/2008

# Google mission

"La missione di Google è organizzare le informazioni a livello mondiale e renderle universalmente accessibili e fruibili."

Fonte: <http://www.google.it/intl/it/corporate/>

# Corso Google per specialisti dell'informazione

1. Google: le tante facce dietro il mito.
2. Google e gli specialisti dell'informazione, un dialogo potenzialmente proficuo per entrambi.
3. Se non puoi batterlo unisciti a lui: evitare la contrapposizione e valutare l'implementazione.
4. Gli strumenti Google potenzialmente utili per gli specialisti dell'informazione.

# 1. La realtà sfaccettata dietro il mito.

- a. La storia di Google.
- b. Il motore di ricerca rivoluzionario.
- c. Cosa è Google oggi? Le quattro anime: piattaforma pubblicitaria, sistema applicativo, supercomputer, fenomeno sociale.
- d. I servizi sono gratuiti: quali sono le fonti di guadagno?
- e. La privacy e la gestione dei dati personali.

# a. La storia di Google

Google è nato dalla passione di due universitari americani della Università di Stanford, in California.

Nel 1996 iniziano a lavorare ad un progetto chiamato BackRub, basato sull'analisi dei link che puntano ad un determinato sito.



Cercano finanziatori, all'inizio con grandi difficoltà.

Finquando non creano, il 7 Settembre 1998 la Google inc. con sede in un garage.

## b. Il motore di ricerca rivoluzionario

Pagine web indicizzate ad oggi: oltre 8 miliardi

Come fa Google ad analizzare questa mole immensa ed in continua crescita di dati?

- Googlebot il crawler web di Google + aggiungi URL
- Indice e Cache
- PageRank ed analisi dei link
- Indicizzazione ed algoritmi di analisi (brevetto)

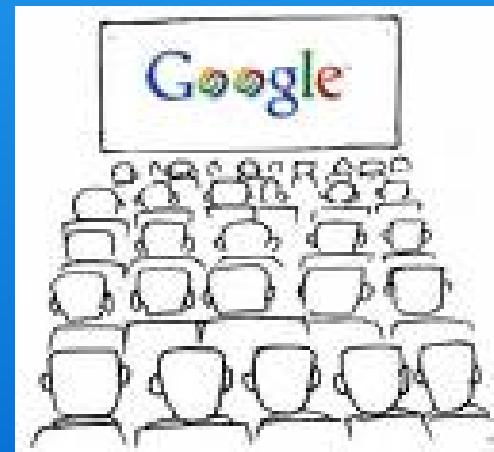
L'intervento umano: i google quality rater (vedi richiesta)

Vedi a riguardo la pagina ufficiale e il PigeonRank

# c. Cosa è Google oggi?

Le 4 "anime" sono solo le principali e più sostanziali di una multinazionale che non si pone limiti...

- Piattaforma pubblicitaria
- Sistema applicativo
- Supercomputer
- Fenomeno sociale



# d. I servizi sono gratuiti: quali sono le fonti di guadagno?

Le due facce della stessa medaglia:

## AdWords e AdSense

AdWords è il sistema di creazione e gestione dei propri annunci pubblicitari.

**PAGO**



AdSense è il sistema di pubblicazione degli annunci pubblicitari di altri.

**VENGO PAGATO**



## e. La privacy e la gestione dei dati personali.

- Google acquisisce dati personali e li può combinare, anche con informazioni fornite da terzi, per acquisire maggiore conoscenza dell'utente;
- Google utilizza cookie ed altre tecnologie: URL, IP, browser, lingua, etc.
- Google quando è possibile si sforza in buona fede di darci la possibilità di accedere ai nostri dati personali, se lo richiediamo

<http://www.google.com/privacy.html>

## 2. Google e gli specialisti dell'informazione, un dialogo potenzialmente proficuo per entrambi.

- a. La politica attuata da Google nei confronti di biblioteche e centri di documentazione.
- b. Il Google Librarian Central e le strategie biblioteconomiche di Google.
- c. La reazione del mondo bibliotecario al fenomeno Google.

## a. La politica attuata da Google nei confronti di biblioteche e centri di documentazione.

Google tratta tutti come potenziali clienti, apparentemente mantenendo un dialogo informale sotto forma di blog. In realtà i blog hanno un taglio editoriale molto chiaro: i nostri prodotti sono fatti apposta per voi.

Blog interessanti per specialisti dell'informazione:

<http://booksearch.blogspot.com/> (inglese)

<http://books.google.com/googlebooks/newsviews/librarians.html>

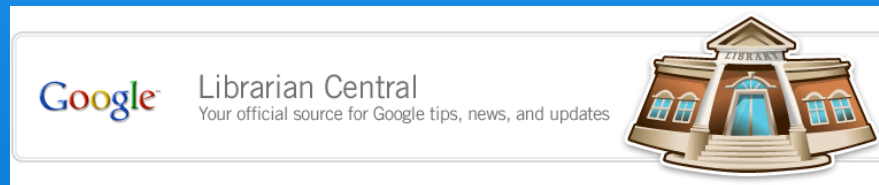
<http://librariancentral.blogspot.com/> (inglese - chiuso)

[googleitalia.blogspot.com](http://googleitalia.blogspot.com) (in italiano)

[googlisti.com](http://googlisti.com) (in italiano)

## b. Il Google Librarian Central e le strategie biblioteconomiche di Google.

Il Librarian central era il principale punto di dialogo fra Google e la comunità dei bibliotecari. Ha interrotto la sua attività il 29 Giugno 2007, probabilmente per un cambio di strategia aziendale: blog associati precisamente ad un prodotto.



Nel librarian central ci sono informazioni importanti:

- Spiegato ai bibliotecari il funzionamento del ranking dei risultati;
- Poster per spiegare come usare meglio Google
- Modi di usare Google sul lavoro

## c. La reazione del mondo bibliotecario al fenomeno Google.

Apparentemente entusiasta a sentire Google.

In realtà le criticità sono tante, e coincidono con l'anima aziendale di Google e con i suoi limiti.

Le posizioni sono contrastanti tra chi vede la rovina delle biblioteche e chi vede nuove potenzialità di lavoro.

### 3. Se non puoi batterlo unisciti a lui: evitare la contrapposizione e valutare l'implementazione.

- a. Google sostituirà le biblioteche, gli archivi ed i centri di documentazione?
- b. I benefici che i servizi informativi possono ottenere utilizzando il nome Google.
- c. L'educazione degli utenti ad un uso critico degli strumenti Google.
- d. I limiti degli strumenti Google.
- e. La politica di implementazione di servizi web basati su Google.
- f. Scenari di integrazione degli strumenti informativi "tradizionali" con gli strumenti Google.

## 3.a. Google sostituirà le biblioteche, gli archivi ed i centri di documentazione?

Le biblioteche, archivi e centri di documentaz. non possono ignorare Google nè devono sentirsi sopraffatti da esso: devono imparare a convivere

Love it or hate Google is here to stay

L'intermediazione umana rimarrà sempre fintanto che saprà essere utile ed amichevole per gli utenti. Inoltre il contributo che può fornire uno specialista dell'informazione deve essere qualitativamente superiore al risultato raggiungibile autonomamente.

Fintanto che i luoghi della cultura saranno accoglienti ed attraenti, continueranno a ricevere utenti.

### 3.b. I benefici che i servizi informativi possono ottenere utilizzando il nome Google.

Google è uno dei brand più forti al mondo, utilizzarne il nome può essere un richiamo forte per gli utenti più giovani.

Google è sinonimo di servizio gratuito, altro elemento che attira gli utenti.

Google è diventato l'immagine della storia di successo, di azienda amichevole, di marchio cool, incarna in un certo senso la promessa di una tecnologia che finalmente ci migliori la vita.



## 3.c. L'educazione degli utenti ad un uso critico degli strumenti Google.

Per molti utenti Google può essere confuso con internet stessa.

Sicuramente i nostri utenti utilizzeranno Google, aiutiamoli ad utilizzarlo meglio e con più consapevolezza di limiti e potenzialità.

Mostriamo i limiti di Google, ma insegnamo come utilizzarne gli strumenti, scegliendo sempre obiettivi concreti.

Creiamo documentazione illustrativa su questi strumenti.

## 3.d. I limiti degli strumenti Google.

- Non tiene conto in maniera chiara delle date di pubblicazione dei documenti. Tende a "spostare" in avanti le date di archiviazione.
- Non essendo chiaro il funzionamento non si può stabilire quanto siano attendibili i risultati.
- Google identifica la qualità nella popolarità.
- La suite di office è ancora molto limitata ed ha tanti problemi di compatibilità con office MS.
- La ricerca mirata su pochi dati non fornisce risultati raffinati. Google dà il meglio di sé su grandi moli di dati.

## 3.e. La politica di implementazione di servizi web basati su Google.

- Valutare l'esigenza informativa o comunicativa
- Identificare lo strumento Google più utile per quella esigenza
- Sperimentare lo strumento e verificare se è già stato utilizzato da altri per quella esigenza
- Implementare il codice o la API
- Richiedere un feedback agli utenti
- Monitorare l'andamento del servizio
- Misurare e valutare i risultati raggiunti

# Perchè implementare nella nostra organizzazione servizi basati su Google?

- Perchè sono gratuiti (quasi sempre)
- Perchè spesso sono già noti agli utenti (Web Search)
- Perchè sono integrati, arrivando a fornire soluzioni complete
- Perchè sono un utile esercizio per capire i problemi dell'information retrieval
- Perchè possono portare nuovi utenti

## 3.f. Scenari di integrazione degli strumenti informativi “tradizionali” con gli strumenti Google.

La potenza delle API di Google

Cercare nel proprio catalogo con Google (esempio)

Chiedi allo specialista, che poi usa Google Alerts

La ricerca nelle banche dati specialistiche può partire usando Google Scholar

Il sito web dell'istituzione in cui lavoriamo può integrare molti strumenti Google.

## 4. Gli strumenti Google potenzialmente utili per gli specialisti dell'informazione.

- [Google Web Search](#)
- [Google Ricerca Libri](#)
- [Google Scholar](#)
- [Google News](#) e [Google Gruppi](#)
  
- [Google Alerts](#) e [Google Bookmarks](#)
- [Google Custom Search](#)
- [Google Docs](#)
- [Google Reader](#)
- [Google Page Creator](#)
- [iGoogle](#)
- [Google Maps](#) e [Google Earth](#)

# Google Web Search

Ricerca semplice e Ricerca avanzata

Collegamenti rapidi nei risultati:

ortografia; definizioni; notizie; cartine stradali e mappe; calcolatrice e conversione; numeri speciali; quotazioni di borsa.

Strumenti per le lingue:

ricerca di lingue o paesi specifici; traduzione; lingua dell'interfaccia; tradurre una parola e cercarla in un altro paese.

# Google Web Search

Anatomia dei risultati di ricerca:

- La riga superiore di ciascun risultato è il titolo della pagina, con collegamento alla pagina originale
- La seconda riga offre un breve estratto o anteprima del sito, presa solitamente dai metatag oppure 1-2 righe dalla pagina
- Terza riga: URL, dimensione pagina, cached, similar

Attenzione al grassetto della/e parole ricercate



# Google Web Search

Impostazione delle preferenze:

Lingua dell'interfaccia, relativa a suggerimenti e messaggi;

Lingua di ricerca

SafeSearch per immagini e testo esplicitamente sessuale

Numero dei risultati

Finestra dei risultati

# Google Web Search

Le parole chiave vengono ricercate ovunque nella pagina

Ricerche di frasi

Operatori booleani di base: OR e AND

Negazione -

Inclusione esplicita +

Sinonimi

Intervallo numerico ..

Caratteri jolly per parole intere \*

Sintassi speciale: intitle, intext, inanchor, site, inurl, link, cache, filetype, related, info, phonebook, define, movie, music.

# Google Web Search

La struttura degli URL composti da Google

Esempio di ricerca:  
specialisti dell'informazione

Ecco l'URL prodotto da Google (che varia in base a certi parametri)

<http://www.google.it/search?hl=it&q=specialisti+dell%27informazione>

hl=it significa che la lingua dell'interfaccia è italiano  
q= è il parametro a cui segue la query

# Google search e directory a confronto

La directory è il modo di Google di classificare i siti, si basa interamente sul lavoro volontario della rete DMOZ a cui Google aggiunge solo una personalizzazione

Google directory indicizza circa 5 milioni di URL

La ricerca parte dal presupposto che conosciate almeno delle parole chiave che descrivono cosa state cercando.

La directory è utile per chi vuole partire da uno sguardo di insieme su una struttura di ontologie create da volontari:

*"Mentre è importante che gli editori seguano queste direttive, è ugualmente importante che non le applichino così rigidamente da sacrificare la necessaria attenzione per l'utente finale al gusto della purezza editoriale."*

# Google Ricerca libri

Google Ricerca Libri ti aiuta a scoprire i libri e non a leggerli online.

Le biblioteche che aderiscono a Google Libri.

Se siamo interessati possiamo proporre la nostra biblioteca.

Gli altri partner del progetto: editori ed autori

La biblioteca personale e l'importazione ed esportazione di libri

I metadati aggiunti ai libri

# Google Scholar

Elenca gli articoli in base alla stessa classificazione adottata dal mondo scientifico, ossia valutando il testo completo di un articolo, l'autore, la pubblicazione in cui è riportato e il numero di volte in cui viene citato in altri documenti accademici.

Il [link alle biblioteche](#): l'abbonamento per le risorse elettroniche

Ricerca avanzata: autore; pubblicazione di provenienza; data di pubblicazione; altri operatori + - OR intitle ""

Il programma per le biblioteche: link resolver e Open WorldCat

# Google News

Google News è un sito di notizie generato automaticamente che raccoglie articoli di notizie da oltre 250 fonti di informazione in lingua italiana provenienti da tutto il mondo e che raggruppa articoli dal contenuto simile e li visualizza in base all'interesse personale di ogni lettore.

Notizie personalizzate

Avvisi

Uso di news nel cellulare

Feed

# Google Gruppi

Quando la ricerca web non porta ad alcun risultato, può essere utile chiedere aiuto in un gruppo di discussione.

Tenere sottocchio il proprio gruppo e la propria attività, ottenendo delle statistiche.

Creazione di pagine personalizzate: arricchire il proprio gruppo con documenti, pagine html e immagini; creare una knowledge base.



# Google Alerts e Bookmarks

## Alerts:

La possibilità di lanciare automaticamente delle query di ricerca su parole chiave prestabilite, ed ottenere risultati via email. Può essere utilizzata la sintassi complessa.

## Bookmarks:

possono essere assegnate delle etichette  
solitamente è utilizzato in unione con cronologia web

# Google Custom Search

Motore di ricerca personalizzato

- Includi un solo sito web, più siti web o siti web specifici
- Aggiungi una casella di ricerca e risultati di ricerca al tuo sito web
- Personalizza i colori e il branding per adattarli alle tue pagine web esistenti

# Google Docs

Sono disponibili tre applicativi web:

- Documento
- Foglio di calcolo
- Presentazione

La gestione dei files avviene utilizzando una struttura ad albero simile a quella dei sistemi Microsoft.

Condivisione dei documenti: collaborazione o semplice visione.

Pubblicazione dei documenti: visibilità sulla rete, non sono richieste conoscenze tecniche per pubblicare.

# Google Reader

Gestore avanzato dei feed, utilizzabile anche offline con Gears. Funzioni:

- Condivisione dei feed
- Gestione di abbonamenti multipli
- Abitudini
- Etichette e preferiti

Importazione ed esportazione con formato OPML

Visibilità dei feed dal proprio cellulare.

# Google Page Creator

Realizzare e pubblicare pagine web senza alcuna conoscenza tecnica, utilizzando una interfaccia simile a quelle dei word processor.

Funzioni particolari:

- Upload di file e immagini
- avvisa tramite posta elettronica

Punto forte: semplicità di creazione di un sito per chiunque.

# iGoogle

E' la home page personalizzata su Google, consente da un unico accesso di avere a disposizione tutti i servizi di Google e servizi di terze parti.

Aggiunta di elementi: i Google Gadget  
Gestione dei Feed e personalizzazione delle schede.

Personalizzazione dei widget e creazione di nuovi con le API di Google.

# Google Maps e Earth

Maps utilizza una delle tecnologie più avanzate sviluppata da Google.

- Creazione di percorsi nelle mappe
- personalizzazione delle mappe
- pubblicizzare il proprio ente

Mashup interessante: [Wikimapia](#)

Earth combina immagini satellitari, mappe, rilievi ed edifici in 3D per portare sul browser le informazioni geografiche di tutto il mondo.

- Layer ed inserimento di informazioni
- inserimento di foto

# Curiosità

Quanti domini ha registrato Google?

Visualizzazione visiva dei risultati di Google

Federico Calzolari, l'uomo che ha ingannato Google per un mese

Weekend internazionale di raccolta dei rifiuti