

Laboratorio Online Permanente di Tecnologie Internet per la Scuola – #loptis

Un cMOOL: connectivist Massive Open Online Laboratory

OCTOBER 29, 2013

Un passo indietro II #loptis Reply

*#loptis • Tags: codice, indirizzi internet, motori di ricerca, sicurezza, URL, web service
Fra dieci minuti arriva una versione in pdf*

La volta scorsa la casella degli indirizzi e ora quella del motore di ricerca

Dicevamo nella prima parte, dove avevamo fatto un passo indietro (<http://iamarf.org/2013/09/29/un-passo-indietro-loptis/>) smontando e esaminando un indirizzo URL nelle sue parti, che

[t]utti [i browser] offrono nella parte superiore della finestra una o due piccole caselle per scrivere, più larghe che lunghe.

Avevamo anche mostrato degli esempi, sotto forma di screenshot.

Ecco, qui mi interrompo un attimo. Digressione.

Ma se scrivo “screenshot” capiscono tutti? Chi lo sa non si offenda. Ma quando mi capita di parlare vis-à-vis con qualcuno dei miei studenti virtuali – cosa sempre molto utile – mi rendo conto di quanto spesso dia erroneamente per scontati termini che invece per l’interlocutore sono oscuri.

Allora facciamo un esperimento con screenshot. Rispondete tranquillamente e onestamente a questo sondaggio.

Conosci il significato della parola "screenshot"?

No

Sì

Vote **View Results** **Polldaddy.com** (<http://polldaddy.com/signup-free/?ad=poll-front>)

Magari ne faremo altri del genere.

A proposito, fra i link nella colonna destra del blog, ci trovate il [Glossario](http://iamarf.org/pagine-utili-per-il-laboratorio-ltis13/glossario/) (<http://iamarf.org/pagine-utili-per-il-laboratorio-ltis13/glossario/>). L'idea di fare questa pagina è emersa proprio per via di questo problema. I termini che ci trovate sono stati richiesti da vari studenti. I prossimi che chiederete verranno aggiunti.

Diceva Don Milani: – Ogni parola che non capite e della quale non chiedete il significato si trasformerà prima o poi in un calcio nel c...

Quindi, mi raccomando: chiedete chiedete chiedete, qui in un commento, o dove vi pare.

Fine della digressione.

Dunque dicevamo che i browser possono offrire una o due caselle per scrivere ciò che vogliamo. Negli esempi riportati nel post [un passo indietro](http://iamarf.org/2013/09/29/un-passo-indietro-loptis/) (<http://iamarf.org/2013/09/29/un-passo-indietro-loptis/>) indietro, abbiamo visto che Firefox offre due caselle mentre Chrome (è la versione per Windows), Chromium (è la versione per Linux) e Internet Explorer offrono una sola casella. Poi abbiamo sorvolato su questa distinzione e siamo passati senz'altro a discutere il caso in cui la casella sia fatta per accettare indirizzi URL, quelli che servono ad accedere direttamente ad una pagina o un servizio, dichiarando compiutamente il suo indirizzo, che designa la pagina univocamente.

Ma che succede quando il browser offre una sola casella? Ci prova. Prima tenta di interpretare ciò che abbiamo scritto come se fosse un indirizzo. Se dal punto di vista formale l'indirizzo è credibile, tenta di raggiungerlo in internet (vedremo in futuro come). In caso di insuccesso – vuoi perché palesemente non un indirizzo, vuoi perché irraggiungibile alla prova dei fatti – il browser passa tutto al motore di ricerca. È di questo secondo caso che ci occupiamo qui. Quindi di Google, penseranno tutti. No. E infatti questo non è un post su Google, anche se ci capiterà di menzionarlo. Ma passiamo all'azione.

Io cerco e lui che fa?

Andiamo nella casella degli indirizzi del browser, e scriviamo: <http://duckduckgo.com> (<http://duckduckgo.com>). Non è uno scherzo: dovrebbe venire fuori una pagina con una papera strabica e una casella di ricerca, e poco più – alla Google vecchia maniera. È un motore di ricerca, si chiama DuckDuckGo. Assodiamo così un primo fatto: non c'è solo Google, ci sono anche altri motori di ricerca. Perché abbiamo scelto DuckDuckGo? Scopriamolo insieme.

Prima di iniziare, chi si trova in difficoltà con l'inglese può aggiustare il sistema nel seguente modo. Andate nell'angolo in basso a destra, cliccate su **More**, quindi, nel menu che si apre, sulla seconda voce, **Settings**. Nella pagina che si apre, ignorando tutto il resto, scegliete **La lingua italiana in Italia**, poi cliccate sul papero strabico a sinistra della casella di ricerca, in alto. Bene, ora avete il motore di ricerca aggiustato in italiano – un po' approssimativo in verità e non sempre completo, ma meglio di niente.

Cliccando il link **anonimamente**, sotto la casella di ricerca a sinistra, si raggiunge una pagina che spiega in cosa consista il problema che DuckDuckGo si propone di risolvere. Il testo è un po' sintetico, forse conviene riproporlo con parole nostre.

Vado in Google e scrivo "herpes". Scorro i link proposti e trovo una pagina del Corriere della Sera dedicata alla dermatologia con un articolo che parla delle cause dell'herpes sulle labbra. Magari è proprio ciò che mi interessa. Ma nella medesima pagina ci sono molte altre cose: biscotti, yogurth, mobili, creme per la pelle, viaggi, automobili, farmaci, qualcosa per i capelli e altro. Insomma, un sacco di pubblicità, ma ... – Che male c'è? Ciascuno di noi riceve quotidianamente centinaia di messaggi pubblicitari: alla radio al mattino, poi in auto, dai cartelloni pubblicitari lungo la strada, sulle pareti esterne e interne del bus, e via via fino alla sera, ormai assuefatti a farsi interrompere un film da decine di pubblicità – che male c'è quindi per due scritte al lato di una pagina web? E poi le pubblicità manco le guardo io...

Il fatto è che in questo caso, pur dando per scontata questa poco confortante e pervasiva invasione pubblicitaria delle nostre vite, c'è dell'altro, molto altro. La questione infatti non si esaurisce con l'attenzione e il peso che decidiamo di attribuire ai messaggi pubblicitari. Quando facendo una ricerca con Google clicchiamo sull'indirizzo di un sito, Google invia a quel sito i termini che abbiamo usato per la ricerca, insieme ad una serie di informazioni che ci identificano accuratamente: il numero IP del nostro computer – che vuol dire conoscere la nostra localizzazione geografica – i cookie presenti sul computer – ovvero le tracce delle precedenti navigazioni – le caratteristiche del sistema operativo e del browser che stiamo usando – oro colato per gli inserzionisti di quel sito. Merce che viene liberamente trattata sul mercato: un'azienda può vendere a terzi le informazioni relative a identità e comportamento di ogni utente e queste percolano liberamente nella rete, finendo col determinare ciò che ciascuno di noi vede di essa. Per esempio potrebbe succedere che, prenotando un albergo via rete con un Mac, vi vengano offerte (<http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702304458604577488822667325882>) soluzioni più costose perché è stato rilevato che gli utenti di computer Mac tendono a spendere di più. Oppure che una compagnia di assicurazioni vi richieda premi maggiori (<http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052748704648604575620750998072986>) perché secondo i profili che avete disseminato in rete pare che siate degli scavezzacolli (i link che ho proposto puntano a pagine in inglese, ma li ho messi per mostrare che gli esempi si riferiscono a notizie apparse su stampa seria).

Non è finita qui. Google memorizza tutte le vostre ricerche, garantendo di proteggere tutti i dati, ma fino a che punto? Un'indagine giudiziaria, un abuso di controllo da parte dell'autorità, un dipendente di Google disonesto, una penetrazione del sistema informatico di Google possono infrangere tale protezione. Non sono casi astratti, è roba che succede.

La questione della difesa della propria sfera privata in internet è complessa e può essere affrontata con una varietà di strumenti. Ci basta per ora averla introdotta in concreto, attraverso comportamenti che sono divenuti quotidiani, anche per coloro che si ritengono più estranei ai territori del cyberspazio. Abbiamo visto che, se il tema ci preme, tanto per iniziare possiamo utilizzare un motore di ricerca alternativo, che fra i propri principi di funzionamento annovera il rispetto della privacy degli utenti, non fornendo a nessuno i loro dati.

Procediamo dunque nella nostra esplorazione e scriviamo l'indirizzo di DuckDuckGo nell'apposita casella del browser: <http://duckduckgo.com/> (<http://duckduckgo.com/>). Nel post un passo indietro (<http://iamarf.org/2013/09/29/un-passo-indietro-loptis/>) abbiamo analizzato la struttura di un URL: **http://** designa il protocollo e **duckduckgo.com** il server che offre quel servizio – possiamo pensare che si tratti un certo computer da qualche parte nel mondo; in realtà la cosa è un po' più complessa ma qui ci basta questa nozione, almeno per ora. Scriviamo quindi questo indirizzo e premiamo il tasto di ritorno, ma senza senza perdere di vista la casella dove avete scritto l'indirizzo: qualcosa è cambiato: è apparso un lucchetto e **http://** si è trasformato in **https://**: la

connessione è crittografata, in armonia con la filosofia di protezione della privacy dichiarata da DuckDuckGo. Bene.

E ora balocchiamoci...

Usiamolo allora questo motore di ricerca. Supponiamo di voler vedere se c'è qualche novità interessante a proposito delle TIC (Tecnologie dell'Innovazione e della Comunicazione) nella scuola. Iniziamo a cercare semplicemente **tic** (minuscolo o maiuscolo non fa differenza). Naturalmente viene fuori di tutto ma per ora lasciamo perdere e andiamo subito a vedere cosa è comparso nella casella dell'indirizzo URL:

<https://duckduckgo.com/?q=tic> (<https://duckduckgo.com/?q=tic>)

Insomma, pare che l'indirizzo cambi quando chiediamo qualcosa! Cosa è dunque l'URL? Cos'è allora lo Uniform Resource Locator? Se questo deve definire univocamente l'indirizzo del servizio web, perché cambia mentre uso il servizio?

No, l'indirizzo non cambia, nel senso che è sempre lo stesso server che ci risponde, e questo è identificato univocamente sempre dalla stessa serie di caratteri: <https://duckduckgo.com/> (<https://duckduckgo.com/>). Il resto della serie, **?q=tic**, è qualcosa che ha a che vedere con il protocollo HTML; precisamente, rappresenta uno dei modi forniti dal protocollo HTML per consentire al nostro browser (il client) di inviare informazioni al server che dà quel servizio: tutto quello che viene dopo il punto interrogativo, “?”, è informazione che noi inviamo al web, adeguatamente codificata. Insomma è codice, una particolare forma di codice, con il quale chiediamo al motore di ricerca di trovare pagine web che da qualche parte contengono la parola **tic**.

Allora fate subito un esperimento. Provate a cambiare la parola **tic** nella stringa di ricerca, ovvero nella casella degli indirizzi, non in quella delle ricerche – per esempio, proviamo con **scuola**, e scriviamo nella casella degli indirizzi:

<https://duckduckgo.com/?q=scuola> (<https://duckduckgo.com/?q=scuola>)

Risultato? Avete fatto una ricerca della parola *scuola* ma non scrivendo nella solita casella di ricerca bensì manipolando il codice incasellato nell'indirizzo URL! Un piccolo grande passo. Piccolo perché probabilmente non farete quasi mai le ricerche in questo modo in futuro – anche se niente lo vieta – grande perché un modo diverso di guardare la Macchina, almeno in germe.

Ora consideriamo il risultato. Sia quello con solo **tic** che quello con solo **scuola** sono ovviamente insoddisfacenti perché noi siamo interessati al ruolo delle TIC, ma nella scuola. Una prima cosa che potrebbe venirci in mente potrebbe essere di interrogare il sistema con il frammento di testo **tic nella scuola**. Provate e vedete un po' se c'è qualcosa di interessante.

Quando avete fatto tornate a vedere la casella dell'indirizzo: <https://duckduckgo.com/?q=tic+nella+scuola> (<https://duckduckgo.com/?q=tic+nella+scuola>). Allora, sappiamo già che il carattere **?** inaugura una richiesta (*query*) che vogliamo fare al servizio web mentre **q=** ci dice che quel che segue è il codice della ricerca: **tic+nella+scuola**. Il sistema ha inserito il carattere **+** fra le tre parole. Di norma, quel **+** significa che è come se avessimo fatto la ricerca utilizzando l'operatore logico AND: **tic AND nella AND scuola** – che vuol dire avere chiesto di trovare le pagine che contengono simultaneamente i termini **tic**, **nella** e **scuola**. Il sistema tenderà a rendere le pagine in cui appare il frammento “TIC nella scuola” ma può includere anche altre combinazioni. Se si vuole essere sicuri di selezionare le pagine che contengono i termini esattamente in quella successione allora si deve porre il frammento fra virgolette: “**tic nella scuola**”

La domanda sorge spontanea: – Ma noi come facciamo a venire a sapere questo genere di cose? – effettivamente le opzioni avanzate di ricerca non sono proprio visibili, bisogna un po' cercarsele. In questa nota trovate delle indicazioni.

Ora proviamo ad articolare un po' il nostro esempio, calandoci nel flusso di coscienza di un ipotetico utente:

vediamo che si trova sulle tic
scriviamo...
tic
accidenti quanta roba che parla di tic
seguiamo questo link
e poi questo...
interessante
e qui che c'è...?
ah interessante!
però non nomina le tic ma tecnologie in generale
mah
allora rischio di perdere roba
invece mi potrebbero interessare tutte
quelle con solo tic
quelle con solo tecnologie
e quelle con tutte e due
ok torno indietro e faccio...
tic OR tecnologie
uhm
già ma ci vuole anche scuola
perché qui viene fuori di tutto e di più
allora...
tic OR tecnologie AND scuola
vediamo che salta fuori...
no non ci siamo ancora
così ottengo l'AND fra
tecnologie e
scuola ma trovo anche pagine in cui c'è solo tic
questo vuol dire che
l'operatore AND ha precedenza sull'operatore OR...
uff...
ho capito!
devo usare le parentesi
allora faccio
(tic OR tecnologie) AND scuola
vediamo
ok ora ci siamo 😊
oh quante cose...
stamani quella collega mi diceva dei tablet
tutti questi ipad nelle scuole... tutti ne parlano...
anche se quello di informatica la fa lunga
con i recinti chiusi le false libertà...
sarà mica un po' paranoico?
epperò tutti ne parlano
anche sul giornale ieri... dov'era...? non ricordo...
proviamo su internet...
magari con le ricerche avanzate
che ci ha detto ieri quello di informatica...
dunque mi va bene tutto quello che avevo cercato prima
(tic OR tecnologie) AND scuola
MA VOGLIO ANCHE tablet
faccio così...

(tic OR tecnologie) AND scuola AND tablet

ok...

e se invece voglio essere sicura che non ci siano tablet?

come si faceva...? ah ecco...

devo mettere il meno davanti alla parola che

NON VOGLIO

e deve essere attaccata a questo... vediamo...

(tic OR tecnologie) AND scuola -tablet

ok

...

Eccetera. Ora, riaccomodiamo un po' le opzioni più usate (per DuckDuckGo).

Raggruppamento di termini

pippo AND topolino -> voglio che ci siano tutti e due

pippo OR topolino -> mi vanno bene tutti e due o uno solo dei due

"pippo fa impazzire topolino" -> trova questa frase esatta

Evitare un termine

pippo -topolino -> voglio pippo, ma se c'è anche topolino no

Cercare in siti precisi

pippo site:iamarf.org -> voglio trovare pippo in questo blog

pippo site:unifi.it -> ... nel dominio dell'università di Firenze

pippo site:unifi.it, epfl.ch, -> ... goofy nei domini dell'università di Firenze e dell'École Polytechnique Fédérale de Lausanne insieme

Cercare in altri motori di ricerca – forse meno utile ma curioso

pippo a! -> cerca pippo in Amazon

pippo g! -> cerca pippo in Google (!)

pippo yt! -> cerca pippo in Youtube

pippo wa! -> cerca pippo in Wolfram (motore di ricerca matematico)

Eccetera, [qui \(https://duckduckgo.com/bang.html\)](https://duckduckgo.com/bang.html) una sterminata lista di abbreviazioni. Non so quanto utile ma è interessante: si scopre così che ci sono una miriade di motori di ricerca al mondo: si possono fare ricerche curiosamente specifiche. Che so, per esempio: qual era il codice per fare i caratteri bold (grassetto) in LaTeX (sistema di pubblicazione professionale – ne parleremo, spero)?

bold !latex -> ... e giù una valanga di esempi di applicazione della codifica bold in LaTeX, non male non male...

Cercare in zone geografiche e linguistiche – nella pagina [Parametri URL \(https://duckduckgo.com/params\)](https://duckduckgo.com/params) c'è una lista di possibili combinazioni regione-lingua

school r:it -> cerca school in siti italiani

school r:ch -> cerca school in siti svizzeri

school r:ch-de -> cerca school in siti svizzeri in tedesco... ops, questo a me non ha funzionato, mi viene roba in inglese... Non so perché... Ok, ricorro al metodo di costruire la domanda (query) direttamente nell'URL. Nella pagina [Parametri URL \(https://duckduckgo.com/params\)](https://duckduckgo.com/params), all'inizio, c'è un esempio di codifica di questo tipo di query. Ok uso questa, sostituendo ciò che mi interessa. Naturalmente la scrivo nella **caselle degli indirizzi**...

<https://duckduckgo.com/?q=school&kl=ch-fr> (<https://duckduckgo.com/?q=school&kl=ch-fr>) -> très bien!

<https://duckduckgo.com/?q=school&kl=ch-de> (<https://duckduckgo.com/?q=school&kl=ch-de>) -> sehr gut!

E così via.

Ma che succede se cambio motore di ricerca? Accadono cose simili. Proviamo. Vado in Google, cerco **tic** e guardo nella casella dell'indirizzo:

<https://www.google.it/#q=tic> (<https://www.google.it/#q=tic>)

Interessante. La struttura è la stessa. Cambia solo il simbolo che segna l'inizio della nostra richiesta # invece di ?.

Eccetera. Anche Google ha le opzioni avanzate, anche di più. Nella nota vi indico la strada. Frugateci se volete.

Piuttosto che andare a fare le stesse cose in Google preferisco tornare sull'episodio precedente. Avete visto come ce la siamo cavata aggeggiando direttamente con il codice nell'URL? A qualcuno sarà venuto il mal di pancia. Ma perché insisto a farvi manipolare i codici piuttosto che mostrarvi dove cliccare e basta? Così fan tutti, no? No, insisto perché, afflitti come siamo da un'overdose di stimoli visivi, stiamo diventando tutti – me incluso – cliccatori compulsivi. Da innumerevoli riscontri, nella vita privata, nell'insegnamento convenzionale, in questi corsi, vedo che usiamo la Macchina in maniera estremamente superficiale. È naturale che la mente filtri: in pochi minuti quella magari vomita quantità di informazioni esagerate. Legittima difesa. Ma c'è difesa e difesa. L'alternativa allora? Provo a suggerire: sangue freddo. D'accordo, la quantità mette ansia, si teme di perdere qualcosa, si inizia a volare sulle icone e sulle scritte, si buca una pagina dietro l'altra – benedetti maledetti hyperlink, dove sono finito ora? ho perso il filo... Mi viene il mente il consiglio del nonno: – Andrea, quando hai fretta vai piano...

Sangue freddo quindi: leggere tutto per bene, cercando di capire il senso. Non sempre è possibile, ma almeno proviamoci. Delle volte manco le vediamo le scritte, anche se le abbiamo sotto il naso! Non è banale. Facendo delle prove pratiche di ricerche di letteratura scientifica, mi è capitato che uno studente di medicina non vedesse la scritta "Free Text": – Prof lei mi dice che devo estrarre il testo libero ma "non me lo dà"...

Ah quanto detesto questo "non me lo dà"! L'ho udito infinite volte... Ebbene, la scritta "Free Text" campeggiava con caratteri di dimensione superiore al resto del testo, in un bel quadrato rosso! La mente dello studente filtrava ormai troppo e aveva forse deciso che quello era un banner pubblicitario, o qualcosa del genere. Non è un episodio isolato, anzi è piuttosto frequente.

Insomma, al diavolo la fretta! Sforziamoci di leggere la pagina. E se capita di vedere che forma ha preso l'indirizzo URL, beh non sempre, ma a volte si capisce qualcosa di più.

Rileggo tutto. Ci sarebbe un particolare da precisare, non banale. Ma il discorso è venuto già troppo lungo. Se ne parlerà se qualcuno se ne accorge...

[Nota] Nel caso di DuckDuckGo le regole per fare ricerche più sofisticate si trovano qui:

https://dukgo.com/help/en_US/results/syntax... (https://dukgo.com/help/en_US/results/syntax). Questo link si può raggiungere da <https://duckduckgo.com/> (<https://duckduckgo.com/>) attraverso questo percorso:

- **Altro** – in basso a destra
- **Aiuto** – voce del menu che si è aperto
- **Aiuto** – link nella pagina che si è aperta
- **Results** – qui l'italiano finisce 😞 – però chi sa l'inglese potrebbe collaborare per tradurre...
- **Syntax** – se l'inglese non vi fa venire il mal di pancia potete esplorare anche le altre voci, per vedere quante informazioni ci sono...
- – arrivati!

Nel caso di Google, la ricerca di frammenti di frase esatti è descritta [qui \(https://support.google.com/websearch/answer/136861?hl=it&ref_topic=3081620\)](https://support.google.com/websearch/answer/136861?hl=it&ref_topic=3081620) ma poi ci sono ancora più informazioni che sono tuttavia articolate in maniera diversa. Partendo da <https://www.google.it/> (<https://www.google.it/>):

- **Impostazioni** – in basso a destra
- **Guida per la ricerca** – voce del menu che si apre; qui potete già esplorare, in italiano...
- **Filtra e perfeziona i risultati di ricerca** – anche qui c'è altro da esplorare...
- **Operatori di ricerca** – arrivati!

[]

[Blog at WordPress.com.](#) | [Customized Newsy Theme.](#)