

Predatori e prede nella rete

L'interesse di Microsoft per Yahoo si inserisce nel panorama complessivo delle tendenze 2008 nel settore It: il software come servizio attraverso la rete, la rete come organismo sociale, l'ubiquità dei sistemi wireless.



Andrea Nobili,
General Manager di Tc Systems

Il 2008 dell'Information Technology è appena iniziato, ma già si è entrati in un clima rovente con la notizia dei 44 miliardi di dollari offerti da Microsoft per rilevare l'insieme dei servizi Internet di Yahoo. L'interesse nei confronti del pioniere dei portali da parte dell'azienda numero uno nel mondo software non è recente: Yahoo era da tempo considerata una possibile preda, anche a causa di una situazione finanziaria non particolarmente felice.

Microsoft, che proprio un anno fa aveva fatto con il nuovo sistema operativo Vista una scelta molto coraggiosa, optando per un'ampia revisione di una piattaforma che per anni ha vissuto all'insegna della continuità, non ha finora raccolto troppi frutti da questo coraggio. Come tutti i software radicalmente nuovi, Windows Vista ha ancora bisogno di rafforzarsi e maturare, ma non si può che ammirare Microsoft per la riuscita di un'operazione che punta a cambiare il modo di guardare ai sistemi operativi e agli applicativi che vi girano sopra. Da semplice interfaccia di comando a strumento profondamente integrato, un vero ambiente di lavoro, di svago, ormai incapace di prescindere dalla connettività in rete.

Con l'abbinamento Vista/Office Microsoft ha definitivamente abbracciato il modello del software come servizio, di un software che 'vive' su Internet anche fuori dai consueti ambiti aziendali, in quella sfera indistinta, incapace di distinguere tra occasioni di 'lavoro', di 'partecipazione', di 'intrattenimento' che siamo abituati a chiamare Web 2.0.

È in questa nuova sfera che stiamo assistendo, da qualche tempo, all'inconsueto fenomeno di un brand che per la prima volta nell'era della microinforma-

tica riesce a strappare a Microsoft le luci della ribalta. L'americana Google, fondata da due giovanissimi outsider, celebrerà il prossimo settembre i suoi 10 anni di vita. Una parabola fulminante, che ha trasformato un concetto apparentemente semplice come la ricerca di informazioni sul Web in una complessa industria del software e dei servizi. Google ha fatto della pubblicità online un poderoso strumento di sostegno della Web economy e in queste settimane si

“ Che cosa cerca Microsoft in Yahoo? I maligni risponderebbero: quello che in questi ultimi due o tre anni di prime scaramucce con Google non ha saputo trovare in sé stessa ”

appresta ad affrontare una sfida ormai inevitabile: lo scontro diretto con Microsoft, sempre più intenzionata a spostare su Internet tutto il suo peso tecnologico e finanziario.

Che cosa cerca Microsoft in Yahoo? Soprattutto un trapianto di una cultura che è inevitabilmente estranea alle sue origini.

Le strategie di portale di Msn hanno sfondato solo sul versante della messaggistica tra giovanissimi utenti della rete. Il progetto Live Search è rimasto una buona intenzione, che si è addirittura visto superare, sul piano tecnologico, da un gruppetto di nuovi entranti nel ricco mercato della ricerca. E il discorso

del software as a service è ancora troppo complesso e in fase di evoluzione per fare sensazione. In Yahoo Microsoft cerca soprattutto un trapianto di una cultura che è inevitabilmente estranea alle sue origini, radicate in una informatica abituata a muoversi coi piedi di piombo e lunghi tempi di sviluppo e successivo affinamento dei prodotti. Dalle mappe ai filmati di You Tube, dalle applicazioni online all'interesse nei confronti delle telecomunicazioni con la partecipazione alle aste delle frequenze wireless e con progetti come il telefonino Android, Google non perde un colpo e riesce a stupire il mondo ogni settimana. Facendo propria la comunità di fotografi online di Flickr, il social network dei Yahoo Groups e un modello di online advertisement già rodato, Microsoft spera di ritornare a pieno diritto nel novero degli innovatori tecnologici. E pazienza se sarà costretta, proprio lei, a indebitarsi per ammaliare gli azionisti della prima 'directory' di Internet.

Il software come servizio attraverso la rete. La rete come organismo sociale in cui il ruolo di fornitore e consumatore finiscono per confondersi. L'ubiquità dei sistemi wireless, l'accesso alla rete non più legato ad alcuni vincolo geografico o tecnologico. Sono queste le tendenze che ispireranno le novità del 2008, mentre molte delle cose solo anticipate negli ultimi 12 mesi arriveranno a maturazione. Un termine da tenere d'occhio è mashup, l'arte di combinare e ibridizzare tra loro - attraverso il sapiente uso di interfacce programmabili e linguaggi di nuova generazione - i singoli servizi, professionali o consumer, disponibili sul Web.