

Multimedia

WEB/ Non sempre quello che troviamo sulla Rete contiene tutto quello che vorremmo sapere sui personaggi. Ecco come si costruisce una "buona presenza"

CLAUDIO GERINO

Segue dalla prima occorre moltiplicare, ad esempio, i giudizi positivi, le opere "buone" in tutti i campi e pubblicarli (o farli pubblicare) sul Web. Investimento, quindi, su un'immagine però suffragata da fatti concreti.

Vogliamo fare qualche esempio? Mettiamo di essere titolari di un'azienda che produce beni strumentali, non importa di che tipo. Più noi ci impegniamo nel campo della difesa dell'ambiente, dei diritti e delle condizioni migliori di lavoro dei nostri dipendenti, del rapporto aperto con la clientela, più questi elementi trovano riscontro sulla stampa locale e sul nostro sito Web e più, nei motori di ricerca, apparirà la nostra veste "buona". Complesso, perché bisogna fare concretamente delle azioni positive (non bastano, in questo caso le parole), insomma, alla fine dovremo spendere anche dei soldi oppure guadagnare di meno.

Il sistema semplice, invece, hamolto più a che fare con la pubblicità. Mettiamo di essere un imprenditore che - per le sue conoscenze e frequentazioni politiche - ha dimostratezza con parlamentari, ministri, autorità ecclesiastiche, enti vari di rilevanza nazionale. Ebbene, basterà che sul nostro sito siano sempre messe in rilievo le nostre frequentazioni alcolocate ed ecco che, quasi per magia, ci troveremo ad apparire sui motori di ricerca.

lamente per queste nostre "conoscenze", più che per i giudizi negativi su di noi o sulla nostra azienda. Quasi per magia, però, non vuol dire né magico, né automatico. E qui subentra l'aspetto che potremmo definire "malizioso". Tutto ciò che inseriamo nel nostro sito Internet può essere "taggato", cioè può essere indicizzato ed evidenziato attraverso parole chiave. Parole chiave che poi, nella ricerca sul Web, diventano fondamentali per salire non solo ai primi posti

delle classifiche, ma per salire in modo che risaltino solo le nostre qualità indiscutibili e non i nostri "difetti". Vogliamo fare qualche esempio? Se su Google digitiamo il nome del banchiere Cesare Geronzi ci compaiono ben 150 mila pagine di ricerca. Ai primi posti compaiono molti articoli di giornale, non tutti favorevoli. In ogni caso, però, tra le prime dieci c'è il sito personale dell'imprenditore. Geronzi si racconta, se apriamo la pagina, poi, possiamo leggere la sua biografia.

Cosa ha portato al primo posto? Due fattori semplicissimi, appunto. Il primo, oggettivo, è che il "search" individua quelli che ritiene più attinenti alla ricerca. Ma il secondo fattore, cioè quello per cui è proprio il sito perso-



Il leader libico è salito ai vertici delle classifiche Web, ma i giudizi sono quasi tutti negativi



Silvio Berlusconi, amato senza remore o odiato senza possibilità d'appello



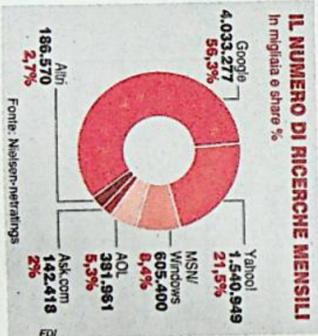
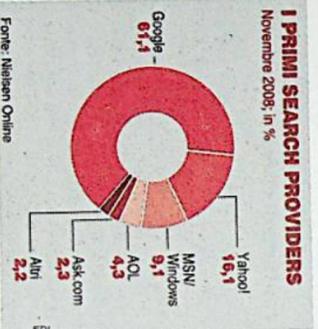
Windows è tuttora il gran lingua il più usato sistema operativo, servendo l'83% del pc del mondo
Steve Ballmer
Ceo di Microsoft



L'industriale Cesare Geronzi ha avviato una "campagna" per la sua buona immagine

Tutti i trucchi per conquistare la prima pagina di Google

Il segreto per "apparir belli" (cioè non far risaltare i giudizi o le notizie negative) è quello di "collegare" la propria identità a quella dei personaggi pubblici considerati generalmente "positivi". Basta un'immagine giusta e tanti "tag" (l'indicizzazione dei contenuti) ben fatti per mettere in secondo piano le critiche



La "taggatura" consiste, come è noto, nell'inserire "parole chiave" che i motori di ricerca "raccolgono" più facilmente e quindi evidenziano più visibilmente: parole chiave nei testi,

ma anche nelle didascalie delle immagini. Andando nelle pagine interne, si capisce subito il perché siano così importanti. La foto-gallery, ad esempio, è nutristis-

20 miliardi

LE PAGINE WEB INDICIZZATE
Sono le pagine Web che ad oggi risultano catalogate dai principali motori di ricerca

8 miliardi
LE "RICERCHE" MENSILI
Al primo posto delle classifiche dei "searcher" più usati c'è "Google"

Domande "naturali" per risposte affidabili

Pagine qualitative che tengano conto delle "intenzioni" di chi sta effettuando il search sulla Rete

TECNOLOGIA

Il "Web semantico", cioè la ricerca su Internet con un linguaggio "naturale" e diretto esiste già. Numerose sono le aziende che hanno realizzato programmi in grado di identificare con precisione le nostre reali intenzioni di ricerca. "Spulciando" i 20 miliardi di pagine indicizzate per fuori proprio quelle che attingono ai nostri interessi.



Una ricerca qualitativa, innanzitutto, che porta a risultati ben diversi da quella quantitativa, normalmente fatta attraverso un "web searcher" tradizionale. Con

quest'ultimo, infatti, sono necessari numerosi passaggi di "affinamento". Il web semantico, invece è immediato. Facciamo un esempio concreto: se digitiamo su un search tradizionale le parole "processi giudiziari a tizio" ci compaiono migliaia e migliaia di pagine con dentro diversi riferimenti. La ricerca avanzata ci permetterà di ridurre sensibilmente il numero, ma non a sufficienza per non dover aprire poi diverse "pagine" per capire se siamo nella strada giusta. Se noi invece potessimo digitare su un "search" semantico "voglio sapere tutti i processi giudiziari in cui è coinvolto tizio" avremo come risposta esattamente le pagine che abbiamo chiesto.

(Cla. Ger.)

ma è la prima foto che appare è quella di Geronzi con Papa Benedetto XVI. Così, se qualcuno fa una ricerca con Santo Padre, ecco che compare di nuovo il sito personale dell'imprenditore. Seguiamo il filone "Santo Padre", allora. Sempre se facciamo una ricerca sulle immagini, troviamo che alla seconda schermata di Google, ci appare, inopinatamente, la fotografia di una ballerina, un'elettrica artista inserita nella Grande Enciclopedia Multimediale del Vaticano. La sua presenza è determinata però dal fatto di aver regalato una sua opera a Giovanni Paolo II.

Vogliamo fare altre prove? Bene, digitando Gheddafi, nome molto richiesto oggi su Internet, compare un sito con tutta la biografia del leader libico. Biografia complessivamente "positiva", Merito del tag... E Berlusconi? C'è il Fans Club, ma anche un blog di pesanti critiche documentate sulle scelte politiche, economiche e giudiziarie del presidente del Consiglio. Una vera e propria "batteglia" tra parole chiave. Il presidente della Repubblica, invece, è il simbolo delle "azioni positive" di cui abbiamo parlato: 728 mila pagine annunciate "senza macchie". Presto, comunque, i "tag" annunciati saranno sostituiti dal "Web semantico". E allora sarà un'altra storia.

COMPA
SALONE EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA
DEI SERVIZI AL CITTADINO E ALLE IMPRESE

MILANO 3.4.5
NOVEMBRE '09

Tra le iniziative in programma:
"Promozione e marketing nella Pubblica Amministrazione"

IN COLLABORAZIONE CON
SOMEDIA
la Repubblica

Info: www.compasommecia.it - compasommecia.it - tel. 02-80.50.11.11