

la Repubblica **Tecnologia&Scienze.it**

La nuova tendenza si sta diffondendo in Italia: nuovi siti aggiornano in tempo reale sulle citazioni "personali" in link e blog

Cercarsi in Rete ecco l'ego-nauta

Negli Usa è già boom: si clicca il proprio nome per "pesare" i risultati di CHIARA DINO

ROMA - Si alzano, piombano sulla tastiera del computer e con il primo caffè della giornata interrogano google. Poi riempiono la stringa bianca della ricerca in rete con il loro nome e il loro cognome. Un invio e qualche secondo in attesa del responso. Ecco come da qualche tempo sempre più uomini e donne iniziano la loro giornata. Con una buona dose di narcisismo informatico. Chi conosce le smanie dei navigatori ha coniato una definizione per il fenomeno. Si chiama "egosurfing".

A quanto pare il gioco ha preso la mano a varie categorie di esseri umani, ma in pole position nella ricerca di cosa si dice in rete di se stessi ci sono giornalisti, manager e uomini politici. È l'ultima delle manie dei navigatori, oggi forte di un nuovo servizio.

Si chiama ego feed e lo trovate all'indirizzo www.feedster.com/builder.php?next=egofeed.

Ad offrirvelo è feedster, se vi abbonate invierà sulla vostra mail, con un aggiornamento continuo, tutti i link e i blog in cui appare il vostro nome.



Qualcosa del genere la si può fare anche con google alert. Anche lì un abbonamento gratuito potrà informarvi sulle notizie che più vi interessano, sia che riguardino voi stessi sia che contengano informazioni su vostri conoscenti o concorrenti. Infine per un approccio più professionale alla rassegna stampa online c'è www.presstoday.it.

La mania, che è partita negli Stati Uniti e da qualche tempo ha preso la mano a sempre più italiani, è dilagante. Secondo Search Engine Watch (guida online su come muoversi in rete) ogni giorno ci sono da 25 a 50 milioni di ricercatori che utilizzano nomi propri. In alcune aziende esistono figure professionali che trascorrono la giornata incollati al pc per scoprire cosa si dice del proprio datore di lavoro o del suo più acerrimo nemico. Ma qui siamo in quell'ambito più strategico che si chiama competitive intelligence, ovvero spionaggio legalizzato tramite la connessione a Internet per studiare strategie di mercato.

"Negli Stati Uniti e in Gran Bretagna questo fa parte delle normali mansioni di ogni azienda", spiega Fabrizio Malfanti, amministratore delegato di Intelligrate, una delle quattro società italiane che lavorano con quei manager che utilizzano Internet per indirizzare i propri investimenti. Di mestiere fa proprio questo: passa ai raggi x tutto quanto sta in rete (web, banche dati, blog) e che in varia misura può servire a un'azienda per studiare delle strategie con cui battere la concorrenza.

Far "googling", e cioè muoversi in rete, non è abitudine però solo di chi pratica questa sorta di massaggio informatico dell'ego. Chi naviga lo fa sempre più spesso per puro svago o per informarsi. Un giro sulla rassegna stampa di google è a questo proposito illuminante. Nella versione italiana del più potente dei motori di ricerca al mondo, ad aprile scorso, la parola più cercata è stata papa, seguita da Vaticano, Giovanni Paolo II e Ratzinger.

A marzo scorso la donna più cliccata è stata la modella brasiliana Adriana Lima. Se cercate nella galleria delle immagini a lei dedicate capirete perché. Anche Jennifer Lopez non è messa male. Lo stesso dicasi per Brad Pitt e per Vanessa Incontrada. Un bel cercare. Poco sotto si attestano le ricerche dei patiti dello sport. Juventus, Milan e Valentino Rossi sono i termini più cercati tra i meno voyeurs della rete. A febbraio tra i primi dieci nomi più cliccati c'era Berlusconi. Mentre a gennaio "vietato fumare", insieme alla voce "tsunami", andavano per la maggiore. Guardandosi indietro nel tempo la ratio non cambia: la gente cerca online quello di cui si parla di più.

(24 giugno 2005)