

Tuttifrutti

di Gian Antonio Stella



Serve un sito Internet all'altezza dell'Italia

Un mese, un solo mese fu sufficiente nel 1989 a San Francisco per piangere i 63 morti, compiere i rilievi giudiziari, rimuovere le macerie e ricostruire la gigantesca arcata del Bay Bridge crollata col terremoto spezzando il ponte di 14 chilometri che porta ad Oakland. Il 17 ottobre quell'arcata crollata era sui giornali di tutto il mondo come simbolo della catastrofe, il 17 novembre ci tornò come simbolo della capacità della California di reagire alle calamità con coraggio, efficienza, rapidità.

Cinque mesi abbondanti non sono bastati alla squadra del ministero del Turismo, Piero Gnudi, per rimuovere certe macerie del sito «italia.it», il portale da tempo immemorabile messo in cantiere prima dal governo Berlusconi, poi dal governo Prodi (memorabile lo spot in english-romanesco di Francesco Rutelli di invito agli stranieri: «Pliz, vitzit Italy»), poi ancora dal nuovo governo Berlusconi e da Michela Vittoria Brambilla. La quale, dopo avere cambiato il logo scelto dal predecessore perché le pareva un errore la forma della «b» di Italia (titolo del *Giornale*: «La Brambilla cancella il "cetriolo" di Rutelli») aveva portato a compimento il fatiscosissimo cammino del sito web, costato ai vari governi nel complesso l'enormità di 35.451.355 euro, con alcune scelte contestate.



Il ministero del Turismo non è ancora riuscito a rinnovare il proprio portale

Basti ricordare la home page della versione cinese dove spiccavano le foto prese col copia-incolla dal sito cinese dell'Emilia Romagna con il risultato che pareva che non solo la capitale fosse Bologna (con tanto di mappa con le freccette e di panoramica della città) ma che l'intero nostro Paese fosse riassumibile così: parmigiano, prosciutto, Ferrari e Ducati. Una «svista» che, dopo le pubbliche denunce, è stata rimossa.

Le storture più vistose, meno male, non ci sono più. Bene. Ma la rimozione degli infortuni deve essere completata. Ancora oggi non solo i filmati sulle regioni del sito in cinese sono tuttora accompagnati dalla musica di grandi musicisti stranieri in 19 casi su 20 (perfino le immagini di Venezia, che ha regalato al mondo Vivaldi, Albinoni, Galuppi, Tartini o Benedetto Marcello, scorrono sulle note della Carmen di Bizet!) ma sono rimasti uguali i video destinati ad attrarre i turisti di lingua spagnola, inglese, francese o tedesca. Un esempio? Se il signor Franz Zimmermann di Hannover clicca sul Salento gli appare Al Bano che, introdotto dal ritornello «felicità / è un bicchiere di vino con un panino / la felicità», gli spiega senza sottotitoli: «Da bambino sentivo sempre una nenia sul vino che faceva "niera / niera / nierallallà...". E lo stesso vale per tutti gli altri video. Rigorosamente in italiano e senza uno straccio di sottotitoli. Per favore, vista l'importanza di Internet per il turismo (il solo sito TripAdvisor ha 35 milioni di recensioni e 29 milioni di visitatori al mese) potremmo una buona volta metterci una pezza?

