

Il Messaggero

CRONACA *di* ROMA

RAPPORTO INTERNET

Roma nel web? Turismo, divertimento, arte e cucina

Le ricerche su Roma nel web? Si soffermano soprattutto nel settore turistico, con i popoli di lingua inglese in genere più interessati a divertimento e intrattenimento, i francesi orientati sul

mercato immobiliare, i tedeschi sulla cucina e gli spagnoli che puntano su arte, cultura e storia. Lo rivela un'indagine commissionata dalla Fondazione Roma europea.

All'interno



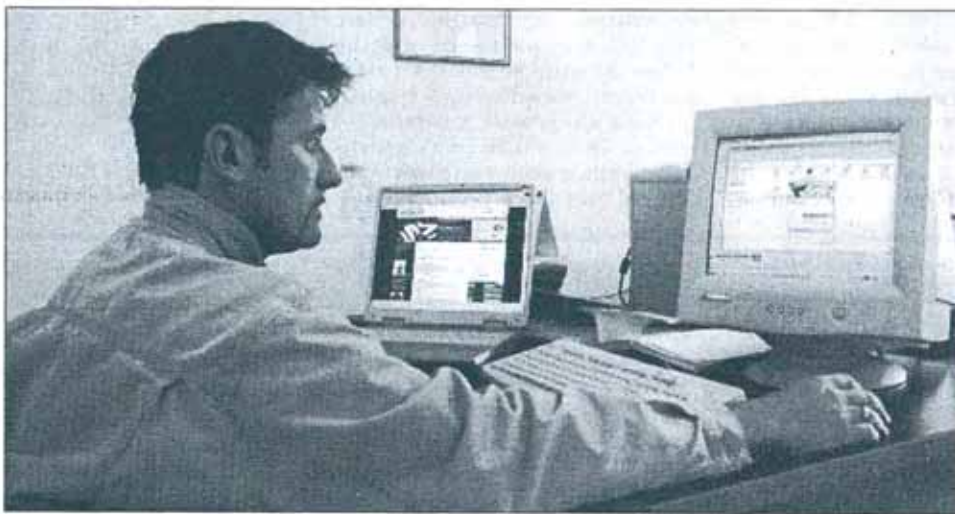
Una navigatrice nel web

4 giugno 2003

Il rapporto dei navigatori di internet e la realtà capitolina in un'indagine dell'Unione degli industriali

Un click, la capitale cade nella "rete"

Informazioni, dati e notizie su Roma che i navigatori di Internet cercano nella rete delle reti riguardano in modo prevalente (almeno nel 75% dei casi), schiacciante, o esclusivo il turismo, i relativi servizi, i pacchetti in offerta, i prezzi, gli spettacoli, le manifestazioni. Tra i temi del passato, del presente e del futuro di Roma trattati nei siti raggiungibili da motori di ricerca digitando "Roma" come parola chiave, quelli che interessano meno i navigatori incuriositi dalla Capitale si riferiscono allo sport. «L'immagine di Roma che emerge da questi dati - ha detto ieri pomeriggio presso l'Unione Industriali a via Po il sociologo Giuseppe De Rita, presidente della "Fondazione Roma Europa" che organizza un convegno sull'indagine "Internet cerca Roma" - è quello convenzionale e limitativo di una bella città dove è sempre piacevole e interessante andar in vacanza. Non per colpa loro, gli utenti di Internet mostrano invece disinteresse per temi e problemi più importanti, come ad esempio il grado di integrazione di Roma con l'Europa per quanto riguarda i servizi, la formazione, l'economia, i consumi, gli stili di vita».



Un cybernauta in navigazione nella rete delle reti

Il 75 per cento delle informazioni richieste riguarda il turismo: prezzi, spettacoli e manifestazioni

Forse un po' deluso dai dati che l'agenzia "Ad Maiora" ha raccolto da 41 mila indirizzi di ricerca opzionati dall'Italia e da 61 mila opzionati da Paesi europei, De Rita si aspettava «che Roma des-

se di sé un'immagine più moderna e di maggior vigore».

Appare contraddittorio invece il disinteresse parallelo per religione e sesso. Da un lato chi digita "Roma" come parola chiave di ricerche su Internet si disinteressa (ecce-

zioni l'1,3% dei cybernauti inglesi e l'1% di quelli spagnoli) ai legami tra Città Eterna e cattolicesimo, riguardo alla sua storia, ad eventi come il Giubileo, a figure come quella del Papa. «Stranamente - ha detto Cesare San Mauro presidente della fondazione Roma Europea - le ricerche su questi temi sono scarse. Due possibili spiegazioni: o i "cybernauti" hanno interessi diversi, o non ci sono pagine web ben disegnate su temi religiosi».

Dall'altro lato, al "non ca-

le" per la Roma cristiana fa riscontro un disinteresse persino più evidente per il sesso, i divertimenti per adulti e le compagnie a pagamento dette escorts in linguaggio turistico, che muovono ricche partite economiche.

Bastano poche superficiali nozioni sul tema per sapere che Parigi, Amburgo o Amsterdam - in Europa - offrono più di Roma ai cultori della materia. Ma considerando la diversa tradizione che la Roma romantica e pomiceona ha difeso nel mondo attraverso secoli e regimi, l'indifferenza europea per quel che fu l'elemento fondante della "Dolce Vita" stupisce.

Neanche lo sport romano appassiona i "cybernauti" europei, sebbene qualcuno visiti i siti dei club dei tifosi ultras (dalla Spagna ad esempio) e dalla Germania seguono invece la "Maratona di Roma". Insomma, ciò che di Roma attira di più i navigatori sono il turismo (forti interessi tedeschi per la cucina) e la storia antica (in Spagna sono innamorati dei Cesari), il mercato immobiliare (seguito dai francesi), le istituzioni locali (il Comune di Roma incuriosisce i francesi).

F. Vent.