

Perugia, giornalisti orfani del Festival

MANCANO I SOLDI E GLI SPONSOR, STOP (TEMPORANEO?) ALL'ANNUALE APPUNTAMENTO INTERNAZIONALE. PARTE LA MOBILITAZIONE IN INTERNET

di Emiliano Liuzzi

L'annuncio non è piaciuto: chiude il Festival del giornalismo di Perugia. Laboratorio di idee, discussioni. Si sprecano, già dal primo mattino, gli appelli in Rete per salvarlo. Probabilmente è tutto vero, sarebbe una di quelle cose che meritano di sopravvivere alla crisi. Come vero è che fosse la platea ideale per i giornalisti, dove potersela cantare e suonare da soli, piacioneggiarsi, raccontarsi senza raccontare, stringere mani e nuove amicizie. Davanti a una pubblico formato da colleghi o aspiranti tali in adulazione.

IDEE TANTE, SPESSO poco applicabili in un ambiente, quello dell'editoria, che, da Oriente a Occidente, vive una crisi senza precedenti e una trasformazione, dalla carta a Internet, che neppure il migliore degli analisti ha ancora individuato. Una situazione

paragonabile solo a quella che l'editoria visse cinquant'anni fa, in un'altra epocale trasformazione, quella dalla stampa a caldo a freddo, quando le tipografie dei giornali smisero con le linotype e il piombo. Sì, solo la crisi di allora è paragonabile a quella di oggi. Anche perché venne cancellata in un colpo solo quella che era il cuore del giornale: la tipogra-

fia. Il proto, dunque il direttore dell'area stampa, si diceva che contasse molto di più del direttore. A New York, giusto per intenderci, i sette giornali (tanti erano allora) della città, *New York Times* compreso, mancarono dalle edicole per quattro mesi consecutivi, causa sciopero. E allora non c'erano tv *all news*. Alla fine la gente, i lettori, scesero in stra-

da perché non ne potevano più di essere tagliati fuori dal resto d'America e del mondo. Senza contare i commercianti non vendevano più perché mancava il quotidiano, il loro mezzo pubblicitario.

Ma quella crisi fu palpabile. Oggi tutto quello che è trasformazione resta molto misterioso. Il direttore del *Financial Times* la pensa in un modo, quello del *Guardian* in un altro. Sicuramente, come in qualsiasi settore, piovono pensionamenti anticipati e riduzione del personale. Tutti fattori che, probabilmente, hanno messo in ginocchio quello che era un bel festival, senza dubbio, e che raccoglieva il meglio del giornalismo italiano e non solo. Uno dei più allarmati, in Rete, è Beppe Severgnini, penna del *Corriere della Sera*: "Ingresso eventi 3 euro, ospiti pagano soggiorno, sistema old4young (parto io con 5.000 euro)". Proposte e attestati di stima ad Arianna Ciccone,

anima del festival, sono arrivati da direttori più o meno illustri, inviati, blogger e aspiranti cronisti. Una delle poche eccezioni è stato *Dagospia*, provocatoriamente veritiero: "Ora i giornalstar, che non hanno mai dato una notizia, dove andranno a pontificare?".

LEI, ARIANNA, si è limitata a dire che si tratta di un arriverdici. "Ci sono momenti in cui capisci che ti devi fermare. Che la vera forza, il vero coraggio è dire: grazie, ma no. È quello che è successo a me e a Chris con il Festival, una parte molto importante della nostra vita. Per capire perché dovrei raccontare tutta la storia del Festival: com'è nato, le mille difficoltà, gli errori, com'è cresciuto, com'è diventato un piccolo miracolo in un paese dove il talento, quando ottiene risultati, sembra un'anomalia da risolvere e non da premiare. Senza agganci politici o cono-

scenze, una napoletana e un inglese decidono di mettere su un evento internazionale sul giornalismo, in Italia. Roba da matti". E ancora, dell'inizio con 80 mila euro di budget, racconta: "Senza rendercene conto, tra le nostre mani questo piccolo miracolo ogni anno è diventato più grande, più forte, più innovativo, più entusiasmante. E noi siamo cresciuti umanamente e professionalmente con lui. Oggi per rispetto della fatica, dei sacrifici fatti, della magia e della bellezza di quello che abbiamo creato insieme alle persone che hanno lavorato con noi, per rispetto di questo evento che, nonostante tutto, abbiamo portato avanti sempre con amore, dignità e umiltà, abbiamo deciso di fermarci". Il motivo? Problemi di budget. *Of course*. E per adesso di grandi sponsor non se ne parla. successo) sono scomparsi? Com'è successo? Nessuno è colpevole?