

Premi Pulitzer, big mondiali dei media e cinquantamila presenze. Tutti a Perugia per la più vivace kermesse sul futuro di stampa e web. Un successone. Con una regista

DI DENISE PARDO



IL FESTIVAL DEL GIORNALISMO A PERUGIA.
A FIANCO: ARIANNA CICCONE

Un festival di nome Arianna

Questa non è una storia di giornalisti che parlano di giornalisti. È la storia di un'idea culturale ed imprenditoriale cresciuta nella campagna umbra riuscita a farsi largo in Australia e nel Middle East, senza veline, raccomandazioni, parenti che aiutano. Dopo sei anni di vita, l'International Festival of Journalism di Perugia, creatura di Arianna Ciccone, giornalista napoletana vulcanica che ama i gatti e la democrazia dell'espressione, fondatrice del suddetto con Chris Potter, suo compagno di vita, è pari in percezione e affluenza perfino a Umbria jazz, importante appuntamento fondato quasi quarant'anni fa.

Ad aprile come tutti gli anni. Quest'anno ancora più degli altri. Un boom da 50 mila presenze. Duecentoventi eventi, 500 ospiti, mezzo milione di euro di budget, 200 volontari da 26 Paesi diversi che hanno passato l'anno a battere il Web, i social network, fulcri e motori dell'avvenimento per lanciare idee, segnalare nuovi talenti, chattare con pezzi grossi del giornalismo, dei media e della comunicazione mondiale. «Non è un festival», dice

Ciccone che detesta il festivalificio italiano «è una comunità». Oltre che una promozione globale della città come dimostra l'umore del sindaco, a quanto pare, alle stelle. Gli alberghi al completo, i ristoranti affollati, gli incontri su giornalismo contemporaneo, futuro e visionario si susseguono stracolmi sotto gli affreschi del Quattrocento. Per strada passeggiando, per dire due-tre fra gli ospiti di quest'anno, Pulitzer di Washington come Seymour Herch (peso massimo del giornalismo d'inchiesta), Paul Lewis (star del "Guardian") Wadah Khanfar (ex direttore di "Al Jazeera") o Evgeny Morozov (guru del "New York Times", autore di un saggio cult di critica della Rete) a fotografare persino i piatti della cucina locale - molto paparazzato il tartufo nero - a testimonianza poi in patria della felicità made in Umbria.

L'idea arriva un pomeriggio in giardino, tazza di tè in mano. Ciccone, laurea in filosofia a Napoli, un anno alla Scuola di giornalismo di Urbino, free lance a Milano, prima di tornare in Umbria a fare la reporter di una radio locale e poi aprire il filo d'Arianna, un'agenzia di co-

municazione, dice a Potter (suo professore d'inglese a Napoli che tre anni dopo la invita con una cartolina a casa sua a Londra dove lei va grazie a una fatale borsa di studio e dopo poco da innamorati costruiscono stanza per stanza la casa in campagna in cui vivono ora): «E se facessimo noi un festival internazionale di giornalismo?». Lui risponde: «Bella idea, difficile da realizzare».

Va così, con due paginette buttate di getto da lei, il format tale e quale, la fede «pur non essendo nessuno» racconta lei «di bussare a tutte le porte con molta semplicità, mano nella mano io e Chris». Il primo anno quanti no italiani: dall'Enel grande sponsor, per esempio, che in seguito ci ripenserà, all'establishment giornalistico che per principio rifiuta subito chi non conosce. Ma tante adesioni, invece, dall'estero meno snob mettendo su dal nulla 70 mila euro, 50 eventi seguiti da 15 mila presenze. La svolta al terzo anno, con l'esplosione dei social network e della Rete nelle sue forme più estreme e avanguardiste di cui il festival è una delle piazze per eccellenza. E poi l'arrivo nel 2010 di Al Gore.

Cosa volere di più come consacrazione tradizionale naturalmente, perché nei circuiti più eretici del Web il festival se la passava molto bene. Ora i venerati maestri del ramo in giro per il mondo si autoinvitano, il festival è diventato terreno di caccia anche delle case editrici e alcuni giornalisti inglesi lavorano al progetto di esportarlo in Gran Bretagna. Certe anime critiche contestano a Ciccone una genetica troppo di sinistra «Noi invitiamo tutti. Chi ha detto no si prende la responsabilità della sua assenza», risponde lei che, a proposito di democrazia o di marketing, ama molto coinvolgere «chi ci ha messo in discussione». ■