

C

Dennis
Redmont*

Carra Umbria, le minacce sono opportunità

Non è che l'Umbria ha forse la stessa malattia che affligge l'Italia: troppo anzianotta? Troppo statica e tutt'altro che dinamica? Troppo complicata? Troppo divisa e politicizzata? Troppo restia al cambiamento?

Ad un primo sguardo le risposte che riguardano queste domande sembrano tutte e cinque affermative.

Tuttavia, ad uno sguardo più attento, queste stesse domande somigliano più ad una opportunità da cogliere che ad una minaccia da scansare frettolosamente.

Cari Umbri, cosa ce ne facciamo della globalizzazione? La regione abdiccherà lasciandosi comprare dal capitale americano o dalla più allettante superpotenza asiatica?

La questione non riguarda soltanto i nuovi importanti investimenti che interessano la regione, riguarda piuttosto, la necessità di trovare nuove idee – e perché no – di riattualizzare anche le vecchie.

Dopotutto, i Cinesi sono già arrivati in Umbria secoli fa (guarda caso alcuni di loro sono persino imbalsamati al Museo delle mummie di Ferentillo), e non si sono neppure fermati poi così tanto... perchè mai, dunque, “noi” Umbri dovremmo preoccuparci del loro ritorno?

I “Due Mondi” composti dal binomio Italia-America si sono adesso unificati in uno, non più soltanto a Spoleto, ma lungo tutto il polmone verde della regione. Ecco che però gli Americani non popolano più gli splendidi casali e castelli che avevano tanto a cuore nell'ultimo trentennio.

Ci siamo chiesti come mai?

Saranno forse, anche loro, vittime della sindrome da “euro shock”?

Sembrirebbe, piuttosto, che la politica del “mordi e fuggi” sia la nuova tendenza all'ordine del giorno nella “nostra” amata Umbria.

Qual è dunque il vero problema di questo “malato immaginario”? Eccolo svelato.

La malattia risiede nella sua mente - non nel suo cuore. Nella sua testa, per l'appunto, dovrebbero trovarsi innumerevoli idee e non tutto questo “petrolio” (per usare un'espressione alla moda negli anni '70) che la sta svilendo.

Se il *Festival di Spoleto* può voltare pagina, e se alcuni rampolli delle nuove generazioni riescono a tenere alto il nome di grandi famiglie come Caprai, Cucinelli, Todini, Lungarotti, e via dicendo, perché mai gli Umbri tutti non possono provare a rigenerarsi da sè?

Ne sono ancora capaci?

Possiamo reinventarci l'*Umbria Jazz* e il *Festival del cioccolato*? Possiamo fare di Città Slow con base a Orvieto un successo mondiale al pari di Slow Food?

La risposta è sì – certo che possiamo – se siamo capaci di farlo.

Tutto questo però ad una sola, unica, imprescindibile condizione: gli Umbri dovrebbero trovarsi prima d'accordo su alcuni importanti aspetti, senza pensare soltanto al ritorno politico ed economico che ne trarrebbero nell'immediato.

L'aspetto più importante riguarda senz'altro l'insegnamento: il basilare sodalizio tra Internet e l'apprendimento della lingua inglese non è stato ancora compreso (lasciando da parte, almeno per il momento, la necessità della banda larga per tutti lungo l'intero territorio regionale).



Il secondo riguarda l'uguaglianza dei sessi: alcuni brillanti traguardi raggiunti in campo politico, economico e culturale, nel territorio umbro, sono traguardi vestiti di rosa.

Tuttavia, sembrerebbe esserci poco spirito emulativo da parte dei giovani verso questi lodevoli esempi femminili. Vi si riconoscono?

In ultimo, un altro aspetto fondamentale riguarda il campo della multietnia. Troppo spesso la curiosità degli Umbri, non si spinge oltre la buona forchetta e il mero giro turistico organizzato e preimpacchettato.

Che meraviglia, invece, scoprire l'immenso tesoro che salta fuori non appena si

scoprono ospiti e residenti che popolano il suo incantevole territorio inesplorato!

Abbiamo bisogno di identificare i nuovi *Henry James*, gli *Hermann Hesse* e gli *Hans Christian Andersen* (per citarne soltanto alcuni tra quelli che un po' di tempo fa erano habitués dell'area), e rendere l'Umbria il più "easy" possibile per un soggiorno indimenticabile.

Pochi anni fa, una semplice iniziativa nella città di Orvieto, che ho personalmente chiamato "one stop shopping" (lo shopping in una sola fermata), permetteva agli studenti stranieri di recarsi ad un unico sportello dove veniva indicato loro come sbrigare i vari problemi all'ordine del giorno, dalla ricerca di una casa, alle peripezie burocratiche, alle più basilari necessità quotidiane.

Perché un simile modello di "easy

living" non può essere esteso agli adulti?

Perché questa tendenza a complicarsi a tutti i costi la vita?

E ancora, perché l'Umbria non riesce a valorizzare artisti di fama internazionale come *Beverly Pepper* e la musicista *Angela Hewitt*, o gli innumerevoli intellettuali inglesi e americani e i vari autori (davvero troppo numerosi da citare, non me ne voglia alcuno) che si nascondono in tutta la loro eccellenza tra le splendide vallate e colline umbre?

Perché un prete indiano, appena trasferitosi per rimpiazzare il nostro tanto caro parroco umbro, deve essere mal visto dai cittadini dei piccoli borghi?

Perché quest'ultimo deve addirittura sentirsi (per alcuni giorni) depresso e a disagio soltanto perché ancora in pochi riconoscono che la diversità è un punto di forza?

Attualmente, un ottimo esempio di rigenerazione avvenuta è il *Festival Internazionale di Giornalismo* che è riuscito a riportare a Perugia, giovani aspiranti media ed eccellenti professionisti, divenendo in pochissimi anni uno dei migliori del suo genere.

Il festival è stato catalizzatore dell'attenzione dell'élite dei media e delle telecomunicazioni vantando come sponsor alcune tra le migliori aziende multinazionali italiane.

Non dimentichiamoci poi del grande esempio positivo – che deve indurci ad una riflessione – e che arriva dalle industrie locali appartenenti alla cosiddetta “vecchia” economia.

Grossi nomi di aziende produttrici di acciaio o semplici imprese produttrici di cemento sono rimaste troppo a lungo sulla difensiva e non hanno saputo portare avanti i propri immensi meriti, l'avanzata tecnologia che le caratterizza e il successo che hanno saputo raggiungere, così permettendo, ad altri, di parlare per loro, piuttosto che uscire allo scoperto e fare una lista degli ottimi profitti e degli encomiabili vantaggi conseguiti.

Un vero peccato per l'immagine dell'“Umbrian valley”, dovuto ad un enorme problema di comunicazione aggravato – ahimè – da un ancor maggiore gap di entusiasmo.

Un anno fa, Fernando Napolitano, un mio collega che dirige una nota azienda di consulenza, ha scritto, insieme ad altri due autori, un interessantissimo libro sul capitale umano, dopo aver intervistato dozzine di industriali, politici ed uomini di rilievo dell'agenda della società civile, ai quattro diversi angoli della terra.

Il titolo è “*Megacommunities* – come i leaders del settore pubblico, privato, e

della società civile affrontano insieme le sfide globali” – edito dal Gruppo Sole 24 Ore .

Apparentemente il tema sembrerebbe banale: nessun argomento può essere portato avanti fin tanto che i tre lati del triangolo – pubblico, privato e società civile – non convergono su un tema ed iniziano a scrivere su una stessa pagina bianca le modalità per conseguire l'obiettivo prefissato.

Per citare soltanto alcuni esempi negativi di prassi in cui non si è seguito un simile modello arrecando danno all'intera collettività ritroviamo la TAV, il Ponte sullo Stretto di Messina, e così via dicendo.

Quando la società civile (e le ONG), il mondo del business – ovvero dell'imprenditoria privata – ed i governi regionali decidono di sedersi a tavolino per analizzare concretamente un problema e in modo interdipendente, ecco che solo a quel punto spunta fuori in tutta la sua solidità la soluzione creativa e ci si attiva per metterla immediatamente in pratica.

L'Umbria, le sue Camere di Commercio e i suoi cittadini tutti, meritano certamente di meglio ma a patto che stimolino la loro “materia grigia” sintonizzandosi su frequenze cromatiche tendenti al verde!

Il petrolio, d'altronde si sa, ha il pregio di essere un colore cangiante.

Chiamiamole dunque opportunità piuttosto che minacce.

A noi, la scelta o l'obbligo di coglierle.

**Dennis Redmont, consulente media, direttore dell'Associated Press per l'Italia ed il Mediterraneo per oltre 30 anni, quattro mandati da Presidente della stampa estera, insegna media internazionali alla Scuola superiore di giornalismo radiotelevisivo Rai dell'Università di Perugia, assiduo frequentatore dell'Umbria nell'ultimo quarto di secolo. Eletto membro onorario dall'Associazione Romana degli Umbri.*