

Uno spot sulle bellezze della Regione accompagnerà in tutta Italia il film di Ozpetek

SE LA PUGLIA DIVENTA HOLLYWOOD

Ferzan Ozpetek, senza volerlo ma sapendolo, ieri ha fatto un megaspot elettorale a Nichi Vendola. Niente di cui urlare allo scandalo, s'intende, semmai naturale conseguenza di un investimento che il governatore uscente ha fatto in tempi non sospetti e di cui adesso raccoglie i frutti succulenti. Si parla di cinema, ovviamente, anzi no, si parla di industria cinematografica.

La cronaca racconta che ieri c'è stata la presentazione di *Mine Vaganti*, il film prodotto dalla *Fandango* e girato interamente nel Salento. Quello che la cronaca non racconta è che ieri c'è stata la consacrazione di una terra, la Puglia, che oggi non è più solo una location cinematografica folkloristicamente accattivante, ma anche (e soprattutto) una piattaforma logistica cinematograficamente attrezzata e competente. "Nostro - ha detto Vendola - è il compito di evitare la deriva del folklore e del provincialismo perché quando allestiamo luoghi attrattivi del cinema dobbiamo sapere che col cinema si gioca soltanto se i presupposti sono quelli della professionalità".

Dopo di che basta che Ozpetek presenti il suo film a Bari in campagna elettorale e lo spottone a Vendola è servito su un piatto d'argento.

Ha detto il regista: "L'Italia, che sta vivendo un momento molto difficile, dovrebbe ripartire dalla Puglia, dall'atteggiamento dei pugliesi". Meglio di così, tra il detto e il non detto, davvero non si poteva fare.

Tuttavia, nel caso di *Mine Vaganti* lo spot arriverà anche per la Puglia. Il film sarà infatti accompagnato in 52 sale italiane da un filmato di promozione turistica (realizzato dal regista pugliese Pippo Mezzapesa) che in termini di comunicazione del territorio vale il doppio e forse anche il triplo. Niente aiuta a costruire e diffondere un immaginario come il

cinema e niente, di questi tempi, può avere ricadute occupazionali significative come l'industria cinematografica. E, in generale, l'industria culturale.

A Vendola il merito di averlo capito in anticipo e a Vendola il beneficio di uno spot elettorale per niente gratuito e fuori dai canoni tradizionali: esente tanto dalla tenaglia della par condicio quanto dall'inghippo comunicazione istituzionale/comunicazione politica.

Proprio a tal proposito, invece, il Corecom ha bacchettato la Regione Puglia ordinando la rimozione dal sito istituzionale dell'opuscolo intitolato "Si scrive Puglia si legge sviluppo", che elenca le attività della giunta regionale nella legislatura appena conclusa. Motivo ufficiale: viola le norme in materia di comunicazione istituzionale in periodo elettorale. Ma, nonostante la soddisfazione del gruppo consiliare regionale An-Pdl, che sulla questione ha costruito una battaglia politica fatta di ricorsi al Tar e impuntature di carattere formale, il caso è controverso.

Eugenio Iorio, dirigente del servizio comunicazione istituzionale della Regione Puglia, chiamato in causa, ha fatto notare che "la pubblicazione sul web della brochure *Si scrive Puglia si legge sviluppo* era già disponibile dal 28 gennaio 2010, così come si può evincere dal sito comunicazione.regione.puglia.it. Quindi, stando a quanto spiegato da Iorio, la pubblicazione incriminata sarebbe stata pubblicata ben prima del periodo di convocazione dei comizi elettorali.

"La legge sulla cosiddetta par condicio - ha continuato Iorio - non prevede che debbano essere dismesse dai canali di comunicazione le attività già svolte e già messe on line. Un'interpretazione della legge così rigida risulta così stupefacente, viste anche le recenti sentenze che hanno riaperto i confronti tv, nonostante il tentativo di uso distorto della legge sulla par condicio delle ultime settimane".

Si gioca in punta di diritto e di regolamento, nonostante la forza di un opuscolo non possa neanche lontanamente essere paragonata alla forza di uno spot involontario che arriva, come nel caso di Ozpetek, da un'intuizione politica avuta non certo in campagna elettorale.

Francesco Lefons