

UNA CONVENZIONE INTERNAZIONALE ALL' UNESCO, PER IL CINEMA

Il Cinema è un tipo di attività anomala, assolutamente diversa dalle altre .

Pur impostandolo su piano possibilmente industriale, sfugge a tutte le leggi di mercato quando proprio si voglia ricavarne il massimo successo.

Questo si era compreso fin dalla **conferenza di Raykjevic**, e il fatto è stato ribadito in tutte le successive sezioni e incontri di mercato .

E' così scaturito il fatto nuovo dell' "**eccezione culturale**" , che ha dato luogo ad interminabili discussioni in tutti i più diversi tavoli di trattative internazionali .

Ora tutti sono d'accordo che equiparare il Cinema al commercio dei cavoli, delle auto o al resto del mercato , potrebbe significare la sua fine, e soprattutto, la fine delle mille culture che costellano il mondo .

Nel mese di febbraio ha avuto così luogo a Parigi un incontro internazionale sulla cultura .

In esso si è stabilito di creare in seno all' **Unesco** una commissione di coordinamento per vigilare a che siano rispettati alcuni canoni a protezione delle singole culture anche in campo cinematografico .

Il problema non è semplice, in quanto, come ebbe a sostenere a suo tempo **Jacques Chirac**:

"La Cultura non deve essere piegata al commercio. La Cultura non è in vendita".

Alla conferenza, l' **Italia e la Francia hanno avuto posizioni piuttosto vicine .**

Per l' **Italia** partecipavano il Ministro dei Beni e delle Attività Culturali , **Giuliano Urbani**, e il Direttore generale del Cinema, **Gianni Profita** .

Quest'ultimo, intervistato dal Giornale dello Spettacolo, ha affermato che: ***"L'industria culturale è di per sé l' espressione di un' identità definita che la differenzia da qualsiasi altra forma di aggregazione di tipo produttivo-industriale . E' in tale ottica si rende necessario l' avvio concreto di un processo di profonda armonizzazione del tessuto di fondo su cui questa industria possa esprimere le proprie diversità in maniera coerente e soprattutto equa"*** .

Per cui ***"Le possibili azioni implementative attualmente in fase di definizione, sono comunque dipendenti dall' attesa definizione del panorama complessivo del mercato audiovisivo, sia in termini proprietari e finanziari, che strategico concorrenziali :***

ovviamente il profilo culturale rappresenta il tessuto connettivo in cui tutto si colloca e si sviluppa" .