# Il «caso» di Nicoletta

LE DICHIARAZIONI degli attori, e ancor di più quelle delle attrici nel nostro Paese (e non solo nel nostro Paese) non sono certo, di solito, testi che meritino di essere citati: quando non si tratta di parole in libertà, si tratta, eccezioni a parte, di «confessioni» autobiografiche o di considerazioni formulate al solo scopo di compiacere il pubblico degli «ammiratori» e, sopratutto, i produttori. Di tanto in tanto attori e attrici formulano anche qualche «protesta»: ma si tratta di lamentazioni personali, originate da vere o presunte «ingiustizie» subite nel corso della carriera. In questa settimana, tuttavia, abbiamo avuto una piacevole sorpresa. Tre giovani attori, protagonisti del teleromanzo di Diego Fabbri *Questi nostri figli* (Nicoletta Languasco, Andrea Lala e Lino Capolicchio), intervistati da un settimanale sui personaggi da loro interpretati sul video e sui problemi posti dall'autore del teleromanzo, hanno espresso alcune idee non scontate e non supinamente conformiste. Tutti e tre hanno mostrato di condividere i fermenti di ribellione che oggi animano la gioventù; hanno, implicitamente o esplicitamente, polemizzato con i loro personaggi e con il contenuto del teleromanzo di Fabbri; hanno sottolineato chiaramente i limiti dell'educazione cattolica e di una concezione che vorrebbe identificare «impegno» con «fede religiosa».

Un buon segno, che fa intravedere una tendenza all'impegno e all'anticonformismo anche tra i giovani che, avendo scelto il mestiere dell'attore, sono più esposti ai condizionamenti delle «regole del successo». Ma questo buon segno non è piaciuto affatto a un funzionario della TV, che ha convocato Nicoletta Languasco e l'ha severamente rimproverata. Perché sia stata scelta la Languasco si capisce: è una ragazza (e dalle donne ci si aspetta sempre che siano più conformiste) e poi è lei che in *Questi nostri figli* ha interpretato il personaggio-modello dell'«angelo missionario».

Qualcuno ha scritto che il funzionario è «un sorpassato». Giudizio troppo facile e ottimistico. Quel funzionario, purtroppo, è perfettamente in linea, anche se può essere stato poco abile nella sua reprimenda. Da una parte, infatti, egli è portatore di quella concezione da «persuasori occulti» che vuole l'identificazione del pubblico con l'attore e l'identificazione dell'attore con il «modello» creato, di volta in volta, dall'industria dello spettacolo. La legge del divismo, checché se ne dica, non è stata affatto «superata», in questa dimensione.

D'altra parte, quel funzionario ha imparato a considerare la Rai-TV come una «Anonima» che ingoia tutti coloro che per essa lavorano, non ammette al suo interno alcuna dialettica delle idee, obbedisce compatta alle «direttive» ufficiali. Che poi, nella realtà, questa Anonima venga scossa da crisi ricorrenti, che si spengono nella rarefatta atmosfera dei corridoi di Viale Mazzini, è un altro affare. La censura che quotidianamente martella la produzione radiotelevisiva ha origine e prospera proprio su questo terreno, si alimenta del divieto ad ogni forma di dibattito interno. Quello di Nicoletta Languasco non è che un episodio e dei minori, in fondo. Autori, attori, giornalisti televisivi avrebbero ben altre esperienze da raccontare.

Quel funzionario, dunque, non è un «sorpassato»: è semplicemente lo zelante guardiano della struttura che fa della Rai-TV uno strumento di parte, anziché un servizio pubblico e un centro di dibattito delle idee. Esattamente di quella struttura della quale in queste settimane in Parlamento si sta cercando di modificare radicalmente l'assetto, contro l'ostinata volontà della DC.

**Giovanni Cesareo**

SIAMO ENTRATI NEGLI STUDI TELEVISIVI DOVE SI PREPARA LA NUOVA PRODUZIONE

# PIRANDELLO E CECOV SULLA VIA DEL COLORE

***Dalla sperimentazione si è già passati agli spettacoli completi - «Tra sei mesi potremmo essere in grado di cominciare», dicono i tecnici***

Ho visto la TV italiana a colori. Un *Carosello*, tanto per cominciare; e poi, fortunatamente, anche Marilyn Monroe nel rosso vestito di *Niagara*, così come qualche anno fa la aveva presentata lo schermo panoramico gigante. L'effetto è notevole, non c'è che dire; tanto più che la TV italiana si avvale delle più recenti scoperte tecniche e si annuncia assai più accurata di quella statunitense. Un bell'effetto: ma per goderlo gli italiani dovrebbero impegnarsi in una spesa che, per i primi due anni, viene calcolata intorno ai 400 500 miliardi. Questa spesa è stata bloccata dal Parlamento, che ha rinviato ogni decisione al 1970; ma è sollecitata, naturalmente, dagli industriali del settore (che sono poi soprattutto i tedeschi con capitale americano). E alla RAI-TV si lavora a pieno ritmo per essere pronti ad ogni evenienza. «*Fra sei mesi* — dicono i tecnici — *potremmo essere in grado di iniziare con almeno un paio d'ore al giorno*». Così come faranno, entro la fine del '67, buona parte dei paesi europei.

In effetti, la TV a colori italiana esiste già oggi Con i primi programmi di lavorazione, un intero studio a sua disposizione, telecamere, macchine per l'ampex, speciali impianti di illuminazione. Fino a questo momento ha vivacchiato di esperimenti; ha ripassato e corretto vecchi *technicolor* cinematografici, ha provato effetti cromatici e s'è dovuta accontentare (a parte un casuale provino con Vittorio Gassman) di una bionda modella tedesca per le prove di recitazione. Fra qualche settimana, invece, avrà a sua disposizione i primi spettacoli completi: sei ore di Pirandello (i racconti), due atti unici di Cecov e forse qualcos'altro. Si sta allestendo anche una telecamera mobile per le riprese in esterno, ed è probabile che il prossimo Palio di Siena sia ripreso a colori; così come a colori saranno filmati, fra qualche mese, i grandi avvenimenti sportivi. Tutta roba che vedremo anche noi, sui nostri teleschermi in bianco e nero. Il colore, infatti, serve per il mercato estero che — assicurano — ormai è tutto orientato verso la «novità».

Il provino a colori di Gassman

Sembra un controsenso. Ed in effetti la faccenda è maledettamente complicata, mischiando in un solo mazzo problemi economici, estetici e scientifici. E in via Asiago — dove ha sede il centro di sperimentazione della RAI — insistono subito su quest'ultimo argomento.

Ormai, spiegano, sono stati messi a punto procedimenti di ripresa e trasmissione relativamente semplici e non eccessivamente costosi. I tecnici sono assai prodighi di informazioni e cominciano subito con le sigle: c'è il sistema NTSC usato negli Stati Uniti (è il più vecchio, ma il meno perfetto); c'è il SECAM francese (adottato anche dall'URSS con qualche variante) e il PAL tedesco: e si contendono il mercato italiano.

Nessuno di questi sistemi presenta, dal punto di vista della produzione, particolari difficoltà per giungere ad una rapida trasformazione degli impianti dal bianco e nero al colore; anche la distribuzione non offre grossi problemi; la ricezione sarà efficiente; la spesa relativamente modesta. «*Basta* — dicono — *sostituire le vecchie attrezzature man mano che invecchiano, con altre più moderne: che ormai son tutte costruite in vista del colore. E poi basta avere un po' più di luce negli studi; roba da poco*». Poco, quanto? «*Qualche centinaio di milioni. Cosa vuole che sia per il bilancio della RAI-TV?*».

E andiamo in giro, nelle sale di via Asiago, a vedere la meraviglia Nel piccolo studio, un angolo è invaso da montagne di stoffa da parato: le vediamo al naturale e poi al video; da sole e accostate ai biondi capelli della modella tedesca. Una intera *équipe* è al lavoro dietro il posto-regia per studiarne gli effetti; e spiegano i vantaggi: «*l'uso del colore renderà assai vivi i documentari, specie quelli "turistici"; consentirà di creare effetti d'ambiente che il bianco e nero non se li sogna nemmeno*». Si batte adesso sul lato estetico della faccenda (che è poi tutto un altro discorso; anche questo assai complesso) come se la TV fosse al lavoro nello esclusivo interesse culturale dei telespettatori.

Ma a via Asiago, ovviamente, non si lavora soltanto per sollecitare un nuovo spirito critico degli utenti. A parte gli sperimentatori puri, che portano avanti le ricerche sul colore come in un qualsiasi laboratorio, le ricerche condotte dalla RAI-TV sono in realtà l'ultimo anello di una lunga catena che ha il suo avvio in America. E la cui sollecitazione iniziale non è nè scientifica nè estetica. Saturato il mercato dei televisori in bianco e nero, infatti, le grandi industrie americane si trovarono nella necessità di inventare un nuovo stimolo al consumo. Pena la paralisi produttiva. Seguendo, insomma, l'esempio di Hollywood che aveva superato la crisi del dopoguerra con il *technicolor*. Il fenomeno, oggi, si sta ripetendo in Europa; con Germania ed Inghilterra in primo piano.

Le indagini di mercato e la esperienza statunitense assicurano che è possibile un secondo sfruttamento intensivo del mercato. A che prezzo?

«*Se un televisore in bianco e nero costa, in fabbrica, poco più di quarantamila lire* — spiegano —, *un analogo tipo a colori costerà almeno tre volte tanto. Centoventimila. Alle quali bisogna aggiungere i rischi e gli ammortamenti*». E dunque? «*Dunque un televisore a colori potrebbe andare sul mercato anche intorno alle trecentomila*» E' un calcolo approssimativo, assai lontano dalla cifra di mezzo milione indicata dagli industriali del settore. Ma non è lo scarto che conta: anche così, infatti, l'economia nazionale dovrebbe impegnarsi (calcolando un milione di teleutenti in due anni) in una spesa di almeno trecento miliardi. In un paese povero come il nostro, questo impegno è assolutamente pazzesco. Gli industriali lo sanno; il governo ha dovuto ammetterlo a malincuore; il Parlamento lo ha saggiamente rifiutato

Tuttavia c'è chi non considera persa la battaglia E gioca ancora per inserire subito l'Italia nel gran giro del colore. A beneficiarne saranno soprattutto le industrie straniere che dominano il mercato. Ad aprire la porta della discussione può essere invece l'Ente di Stato. Il meccanismo, in questo caso, è semplice.

«*Il mercato televisivo* — spiegano infatti in via Teulada ed in via Asiago — *tende sempre più ad unificarsi. Le coproduzioni sono sempre più preponderanti, specie per i programmi più costosi ed impegnativi. C'è un giro di scambi, insomma, sempre più intenso. E ormai più nessuno all'estero vuole produrre in bianco e nero. Quindi: anche noi dobbiamo uniformarci se vogliamo vendere alle reti televisive straniere e recuperare una parte dei quattrini spesi*». E' il caso del Pirandello a colori, coprodotto con la Pathè francese ed una società tedesca. E aggiungono: «*C'è di peggio. Quando vorremo acquistare un buon programma dall'estero, fra qualche mese non troveremo altro che programmi a colori: li pagheremo più che per il passato, dunque; ma li trasmetteremo in bianco e nero*».

Sia come sia, il rischio è doppio: che si punti (così come a suo tempo ha fatto il cinema) su una produzione *colossal*, destinata a parlare il linguaggio dello stupefacente anzichè quello dell'intelligenza; e che si pre fabbrichi una struttura organizzativa che potrebbe diventare la carta risolutiva in mano di chi ha tutto l'interesse a rompere gli indugi.

**Dario Natoli**

Si prova il colore nello studio di via Asiago: ancora niente attori e grandi scenari, ma soltanto una modella e pochi elementi di fondo. Fra breve, tuttavia, si potrebbe anche cominciare sul serio

PARLIAMO DELL'ANTENATA DELLA TELEVISIONE

# *Gregoretti: i programmi radiofonici somigliano a un «rumore d'ambiente»*

**Polemica intervista del regista che aprì la serie dei presentatori mattinieri sul secondo — La fusione del Terzo con la Rete Tre — Le due culture e i condizionamenti della pubblicità — Qual è il vero pubblico della radio?**

Ugo Gregoretti (in piedi) mentre dirige una ripresa di «Il Circolo Pickwick»

Ugo Gregoretti ricorda quasi con nostalgia il tempo, pur recente, in cui presentava alla radio i programmi del secondo

«Mi alzavo alle sei per approntare i testi: una cosa calda, scritta e trasmessa tutte le mattine. Una specie di pane quotidiano radiofonico. Mi ci divertivo e mai come allora mi sono sentito libero. Si capisce: oltre tutto alle sei del mattino i censori, in genere, dormono. Le grane semmai, scoppiavano dopo».

Proprio dei programmi radiofonici vogliamo parlare con lui che in questo momento ha ridotto la sua collaborazione a un piccolo intervento, ogni settimana — una cartellina «a ruota libera»: ce la mostra — nella rubrica del martedì intitolata... *Senzatitolo*. Cominciamo dal fatto del giorno: questa grande innovazione della Rete Tre fusa con il Terzo Programma. Grande innovazione, dicono quelli della radio. E' proprio d'accordo, Gregoretti?

«*Il discorso è molto generale e si presta a una serie di considerazioni ampie che vanno anche oltre la produzione radiofonica. Non c'è molto di cambiato nel terzo programma, che resta un «liceo classico» radiofonico riservato a pochi eletti. Si rispecchia in questo programma una concezione aristocratica e astratta della cultura, di chi non ha mai accettato o cercato di capire che la cultura è una cosa viva, legata ai tempi, agli interessi reali e contemporanei. L'intellettuale che lavora per la radio finisce con il farsi imporre — se non è già sua — questa concezione scolastica della cultura. L'organizzazione dell'azienda lo incoraggia a cercare una sorta di compromesso fra il suo impegno e la sua produzione. Egli rinuncia quasi inavvertitamente a saldare i suoi interessi culturali con le sollecitazioni che gli vengono dal mondo esterno.*

*Così la cultura, quella vera, diventa una cultura alla macchia, fuori del suo lavoro. In genere si ha l'impressione che questi personaggi che creano la produzione culturale della radio vivano una doppia vita. Fuori del loro lavoro si sfogano in polemiche, vanno a vedere magari lo «spettacolo impegnato» si lamentano dei limiti in cui sono costretti a lavorare Nel loro lavoro, poi, si rifugiano in questo limbo della cultura, perfetta, eterna, immobile e coltivano il loro giardinetto di ricordi scolastici. Si determina così uno sdoppiamento insensato che poi non è tipico solo del Terzo programma. L'intellettuale che lavora alla radio o se ne va, o continua a resistere, a disturbare senza riuscire a fare di più; oppure si scinde e pensa di salvare l'anima continuando a fare il colto... a casa sua mentre alla radio diventa niente altro che dirigente e funzionario di industria e di quel tipo di industria*».

C'è da aggiungere — e Gregoretti non lo nega — che l'organico della radio è subordinato a quello della televisione E' un organico più vecchio, più logoro.

E il pubblico della radio? Risponde anch'esso all'idea del pensionato? Quando si trasmette per la radio a chi si pensa? A un sottopubblico, a un pubblico sottosviluppato? A «quei poveretti che ancora non hanno la TV?».

«*Anch'io pensavo a questo, quando ho cominciato a presentare i programmi del mattino. Niente di più sbagliato. Mi sono trovato — lo capivo dalle lettere, dalle segnalazioni — davanti a un pubblico insperato, vivo e sensibile. E' un grosso errore sottovalutare il pubblico radiofonico. Proprio perchè la radio non ha bisogno di un rituale preciso — come la TV — per essere seguita, capita che l'ascoltiamo tutti, proprio tutti e in qualsiasi momento. La diffusione delle radio-transistor non è un fenomeno legato solo agli sportivi, insomma. E la penetrazione della radio è molto più ampia, direi, di quella della TV: l'assenza delle immagini costringe chi ascolta a por mente ai concetti, alle parole, ai ragionamenti. Io penso addirittura che la radio potrebbe diventare una occasione molto importante e aperta di colloquio con il pubblico. E per me lo è stata, sia pure in limiti modesti. Semmai lo sbaglio di molti uomini politici è quello di credere che la TV sia un fatto importante e che la radio invece non lo sia*».

E allora? Perchè nonostante tutte queste considerazioni, la radio continua ad essere — anzi diventa sempre di più — una lunga, ininterrotta «colonna sonora»: musica leggera, leggerissima o pesante, ma sempre solo musica in tutti i programmi? E' un tipo di scelta che può anche essere giusta, ma appare sempre più obbligata.

«*E' un fatto che la riscoperta della radio è stata, per i dirigenti della RAI, un avvenimento a rimorchio delle indicazioni che sono venute dal mercato Si è scoperto che le radio venivano vendute di più: a giovani, a non giovani. A gente che oramai non l'ascoltava soltanto più a casa sua, ma nelle auto, nei luoghi di lavoro, nei campings o sulle spiagge d'estate. Di fronte a un pubblico così eterogeneo, si è imboccata la strada più facile, s'è fatta la scelta più liscia: quella della musica, che non disturba, che non impegna, che diventa un complemento di qualsiasi altra attività: un rumore d'ambiente, insomma. Direi che la scelta della musica non è l'aspetto più negativo dei programmi. Semmai negativa è la volontà di non capire che questi stessi ascoltatori che consumano canzoni e canzonette sono disposti anche a consumare cronache, inchieste, interviste, a stabilire un contatto più diretto che non la musica. Di fronte a questa esigenza del pubblico c'è un grosso impaccio — chiamiamolo così — da parte di chi crea e produce i programmi. Le strutture della radio non si sono adeguate a questo gusto del pubblico. Non nascono, alla radio, episodi come quello di «Giovani» alla televisione. Anche quella era nata come trasmissione «antologica» — e spesso ancora oggi risente di questa primitiva impostazione — e poi, proprio su pressione del pubblico, su questo contributo portato dall'esterno che è sempre importantissimo e più avanzato di quanto non si vuole ammettere, è diventata trasmissione problematica, viva*».

Tanto più facile, questo rispetto della volontà del pubblico quando si conosce bene la fisionomia di chi ascolta. E allora prendiamo la radio del mattino che ha un pubblico abbastanza ben definito: quello delle casalinghe. Perchè è così melensa, così rivolta «all'eterno femminino disimpegnato e disoccupato»?

«*Posso rifarmi alla mia personale esperienza, in questo caso. Quando si pensò appunto di rompere questo rigido schematismo con una voce che unificasse questo materiale anonimo ammannito alle casalinghe, io pensai appunto di fare del mio intervento una presenza, un rapporto nuovo con queste donne. In parte ci riuscii. Ma mi resi conto anche della forte ipoteca rappresentata dalla pubblicità. Tutta l'ossatura della trasmissione è la pubblicità, la spinta al consumo. Tutta la trasmissione ne resta condizionata. E' praticamente impossibile — e questa considerazione va estesa naturalmente anche agli altri programmi — uscirne fuori senza contraddirsi in maniera violenta. Mi ricordo che ci provai. Una mattina feci un intervento abbastanza preciso contro questo bombardamento pubblicitario: fu l'unica volta che ebbi dei fastidi seri; mi si disse di stare attento, di non provocare le ire di chi fornisce la pubblicità. In linea generale, per non stridere con la pubblicità si è costretti a restare nel generico, nel vago La pubblicità diventa la tomba di molte buone intenzioni*».

Ma questo discorso merita di essere ripreso con una analisi più particolareggiata dei programmi radiofonici.

**Elisabetta Bonucci**

Il verdetto era delegato al pubblico

# *Personaggi storici sotto processo sui teleschermi polacchi*

**Migliaia di lettere hanno espresso giudizi impegnati sul piano civile e culturale — Vincitori: l'ultimo imperatore degli Inca, Copernico e Giordano Bruno**

VARSAVIA, aprile

*Non è la prima volta che la Televisione polacca stabilisce un contatto diretto con i telespettatori, sottoforma di quiz («teletorneo» come lo chiamano qui), di inchieste, di referendum, con una ricerca minuziosa e a volte quasi pedante della tematica che va dai problemi strettamente professionali, alle curiosità storiche, scientifiche e di più ampia e varia umanità. La serie in corso da alcune settimane, e che ha fatto di una decina di grandi figure della storia, della letteratura, della scienza, della politica e della pittura, dei personaggi televisivi tra i più popolari, ha superato, per singolarità è soprattutto per l'ampiezza raggiunta dal dibattito che ha suscitato tra il pubblico, ogni precedente iniziativa di questo tipo. La Televisione polacca ha rivolto ai suoi spettatori una precisa domanda: chi è più vicino agli ideali e alla esperienza del mondo contemporaneo: Colombo, Leonardo da Vinci o l'ultimo imperatore degli Inca? Michelangelo, Copernico o Tomas Münzer? Giordano Bruno, Rabelais o Peter Bruegel?*

*Il referendum, come è facile comprendere dal modo in cui è posta la domanda, intende assolvere due scopi ben precisi: quello di presentare, servendosi di una formula spettacolare, alcuni personaggi che segnano momenti fondamentali dello sviluppo della cultura e della civiltà umane; quello di provocare un confronto tra gli atteggiamenti ideali e di vita di queste grandi individualità della storia e quelli usuali e quotidiani del telespettatore.*

*In ognuna di queste trasmissioni, la Televisione ha presentato, nelle sue fasi più salienti e significative, facendo impersonare da alcuni dei migliori attori di prosa dei dodici teatri stabili della capitale, la vita di questi personaggi affidando a scrittori, storici, scienziati e critici di arte il ruolo di «avvocato difensore» e ad altrettanti studiosi dei diversi rami il ruolo di «accusatori», sì da imbastire ogni volta una sorta di processo ai protagonisti.*

*Ne è scaturita una autentica e quanto mai vasta discussione che ha impegnato decine di migliaia di spettatori, i quali non solo si sono sentiti in dovere di esprimere il voto che veniva loro richiesto di volta in volta su questo o quel personaggio, ma hanno anche espresso in migliaia di lettere motivate e impegnate il loro giudizio Un giudizio, e questo ci pare il risultato più interessante raggiunto dal referendum, che in molti casi ha il tono di un vero e proprio «messaggio ideale» e rivela una maturità civile e sociale che appare già oggi il risultato di un certo tipo di cultura, e di cultura di massa in particolare, che non è, soprattutto per quel che riguarda i programmi televisivi, la somma delle mediocrità bensì una ricerca di sintesi dei valori culturali più solidi e universali*

*La media dei telespettatori ha cercato di formulare una risposta che andasse al di là della semplice adesione e simpatia per questo o quell'«eroe», per tentare di riassumere una formula e un modello di vita Migliaia di telespettatori cioè hanno cercato, riferendosi ai modelli storici messi a confronto, di rispondere alla domanda: come vivere per conseguire la misura ottimale delle proprie presumibili possibilità come comportarsi per essere il più possibile utile, come individuo e come cittadino? Le decine di migliaia di voti andati ai vincitori delle tre puntate di questo singolare plebiscito ci offrono l'immagine di un cittadino profondamente radicato alla dura esperienza storica del proprio Paese, cosciente di quanto c'è di progressivo e di umanistico in una ricerca scientifica capace di rompere le secolari barriere del conformismo oscurantista, tenacemente impegnato in una lotta civile per il progresso e la libertà di coscienza.*

*Chi sono infatti i «vincitori» di questo referendum? L'ultimo imperatore degli Inca, cioè il capo di un popolo reso schiavo e distrutto, che non poteva non conquistare le simpatie di una comunità come quella polacca così severamente provata dalla storia. Copernico, il grande genio di Torun, il ricercatore e lo studioso che doveva aprire una nuova era per l'uomo, facendone il centro d'un nuovo sistema. Infine Giordano Bruno, un pastore morto sul rogo dell'Inquisizione per avere difeso fino in fondo e con coerenza il suo atteggiamento eretico, la sua verità laica.*

**Franco Fabiani**

## via Teulada

**RITORNA «INCONTRI»** E' già pronto il programma per le prime otto puntate del nuovo ciclo di «Incontri», la rubrica che si occupa di alcuni dei personaggi più rappresentativi del nostro tempo. Nell'ordine, verranno alla ribalta: il chirurgo americano De Bakey; il compositore veneziano Francesco Malipiero; l'oceanografo Jean Cousteau; il premio Nobel per la fisica De Broglie; Cesare Zavattini; il pittore Emilio Vedova; l'umorista Saul Steinberg; l'ultimo capo pellerossa vivente, Hopi.

**MORTE DI UN COMMESSO VIAGGIATORE** Sandro Bolchi, il regista del «Promessi Sposi», curerà fra breve la regia televisiva di «Morte di un commesso viaggiatore» di Arthur Miller, portato in teatro con gran successo da Luchino Visconti, per l'interpretazione di Paolo Stoppa. La registrazione del dramma avverrà fra qualche mese. Gli attori non sono stati ancora scelti.

**RASCEL E JONESCO** Sono quasi terminate le registrazioni di «Delirio a due», un atto unico di Eugène Jonesco, interpretato da Renato Rascel, sotto la regia di Carlo Di Stefano. E' in programma anche la registrazione di «La cantatrice calva», con Franca Valeri e la regia di Josè Quaglio.

**IL CANE DEL NAZISTA** Un originale televisivo del tedesco Kieppard, «Il cane del generale» che narra di un episodio realmente avvenuto, sarà presto trasmesso dalla tv italiana: è la storia di un generale nazista accusato di aver mandato a sicura morte un plotone di soldati, del quale faceva parte un militare che aveva ucciso il cane appartenente all'ufficiale. La vicenda viene rievocata attraverso le fasi del processo.