

Ritirata la denuncia
Il pretore dà via libera
oggi su Raitre (20,30)
al film di Bongioanni

La storia tutta italiana
di un «utero in affitto»:
tra cronaca e sentimenti
scopriamo un nuovo dramma

«Baby J» ora arriva in tv

Il signor Giorgio Valassina ha ritirato la denuncia
il film che racconta il suo dramma, nato dalla dis-
sperata voglia di paternità, stasera arriva su Raitre

vocato della Rai Attilio Zoccali
e Lio Beghin il capostruttura
di Raitre che ha voluto il film
aspettavano la decisione del
dottor Barardo e ha ritirato la
denuncia

La chiarificazione ha risolto
quello che sembrava un nuovo
capitolo nelle polemiche
sulla «verità» e ha dato in-
sieme al film di Gianni Bongioanni
una «patente» di ven-
dicata e forse soprattutto di de-
licatezza nell'affrontare un te-
ma arduo e nuovo per il pub-
blico italiano. Le discussioni
che fino ad oggi ci sono state

ra nei sentimenti di un uomo
che vuole essere padre ad
ogni costo e di una donna che
accetta di diventare madre in
prestato. C'è volgarità nel «rap-
porto commerciale» e infinita
tenerezza nell'ostinazione
amorosa quasi maniacale
che si crea intorno alla bam-
bina e il film sembra scivolare
continuamente dall'uno all'altro
abisso



Una scena di «Piango al mattino il figlio del cuculo»

Il giallo della Piovra
Morirà il commissario
Cattani? Dicono di sì...

Il giallo ormai ha preso
la mano il successo della Piovra,
che quest'anno ancora
una volta appassiona il pub-
blico e fa salire l'Auditel ha
scatenato una «caccia al fina-
le». L'idea della Eri di fare un
concorso a premi per chi nu-
scirà a scoprire anzitempo il
finale e, soprattutto, le dichia-
razioni di Michele Placido al
Festival di Sanremo, dove ha
assicurato che non farà la Piovra
5, hanno sguinzagliato la cronaca
sulle tracce del commissario
Cattani: ieri - dopo le
interviste ai «giallisti» italiani
sul finale che avrebbero scelto
loro (Oreste Del Buono avrebbe
sostituito Placido, stanco

SILVIA GARAMBOIS

ROMA. Ore 20,30: su Rai-
te stasera in onda Piango
al mattino il figlio del cuculo
Un film difficile sospeso tra la
durezza della cronaca (casi
processuali e notizie giornali-
stiche) e le lesioni morali dei
sentimenti (una paternità «ne-
gata», una tardiva scoperta di
turbamenti materni). Un film
che racconta un caso tutto ita-
liano di «uteri in affitto» e «ma-
dri surrogate» che è diventato
esso stesso un caso quando
l'altro giorno il protagonista
della vicenda ha tentato con
l'intervento di un magistrato,
di bloccare la messa in on-

Ma poi ci ha ripensato
Il signor Giorgio Valassina
ha assistito l'altra sera alla
proiezione del film di Gianni
Bongioanni in una stanza del-
la Rai insieme al pretore il
dottor Barardo. Era preoccupa-
to aveva visto gli «spot» di
presentazione del film in cui si
mostrava la pistola con cui
sua moglie aveva davvero ten-
tato il suicidio temeva si fa-
cesse scandalo della sua sto-
ria, che lui stesso venisse rap-
presentato in termini negativi
mentre Valassina si è presen-
tato in pretura, dove l'av-

Valassina ha contestato ai
responsabili della Rai alcuni
particolari del film piccole
cose (del resto una dicitura
fra i titoli del film avverte «i
fatti raccontati sono essenzi-
almente autentici, ma i perso-
naggi sono stati modificati in
modo da non consentire alcun-
a possibilità di identificazio-
ne») ma ha aggiunto che,
eventualmente ne parlerà lui
stesso in tv. Prenderà parte in-
fatti a Posto pubblico nel ver-
de di Donatella Raffai e Paolo
Guzzanti (che venerdì sempre
su Raitre affronterà in diretta
il problema del desiderio di «un
figlio a ogni costo», e delle sue
conseguenze) insieme alla
«madre surrogata» - così le
hanno battezzate gli america-
ni surrogate mother - la don-
na che ha partorito la figlia

anche Baby M è diventato
uno sceneggiato televisivo,
prodotto negli Usa. La storia, in
questo caso, si sviluppava pe-
rò soprattutto sugli incontri, le
fughe, le liti, gli interventi della
polizia, che ricreavano così
l'atmosfera del dramma. È in
vece proprio sui sentimenti
che punta l'attenzione il film
italiano scavando nel cre-
scendo della tensione. Uno
sviluppo insopportabile, che
porterà la moglie del protago-
nista, la donna che non può
avere figli, al gesto ultimo,
quello di un colpo di pistola
una calibro 38 puntata alla

tema, che non le strapperà
la vita ma la renderà per sem-
pre gravemente invalida.
Sono tutti personaggi «nor-
mal» quelli della storia un
commerciale che ha trovato
una agiatezza economica e
che ha costruito con la moglie
un matrimonio solido, nono-
stante il continuo assillo per
il figlio che non è mai nato, una
ragazza arrivata da un paese
straniero in cerca di fortuna,
ma che non trova altro lavoro
che quello di venditore porta-
a porta di libri e enciclopedie
una calibro 38 puntata alla

volte, forse, dalla nuova «te-
cnologia delle nascite» si parla
tanto di figli in provetta, uten
in affitto perché non provare?
Nasce come una storia di
denaro quanto può costare
un figlio quanto rende farlo?
Ma i numeri le cifre, che au-
mentano vertiginosamente nel
corso del film perdono via via
ogni valore quel «figlio ad
ogni costo» viene pagato con
travagli e sofferenze che non
risparmiano nessuno. Quelle
che lo stesso Giorgio Valassa-
na ha deciso ora di racconta-
re in diretta e senza veli, al
pubblico della tv

RAITRE ore 23,25

«Fluff»,
spot
e famiglia

Questa sera Fluff il pro-
gramma di Andrea Barbato
dedicato ai fatti e ai misfatti
della televisione va in onda,
eccezionalmente, alle 23,25.
Sarà una puntata dedicata
agli spot e al loro spazio
all'interno dei programmi televi-
sivi. Ma anche al rapporto fra
pubblicità e qualità delle tras-
missioni in particolare, dagli
Stati Uniti arriverà un esempio
abbastanza singolare di lotta
alla tv pericolosa attraverso gli
spot. Una signora di Detroit,
infatti, ha convinto la Coca
Cola e altre importanti azien-
de a non trasmettere i loro
spot all'interno di una «com-
edy» di particolare successo
Married with children della
Fox Television. La motivazio-
ne con la quale la signora ha
convinto la Coca Cola e gli al-
tri è che la trasmissione è par-
ticolamente lesiva allo spirito
familiare. Cioè quella «com-
edy» è tanto pericolosa che
può avvenire anche il vostro
messaggio pubblicitario. Un
fatto del genere potrebbe ac-
cadere anche in Italia? Fra gli
altri, intervengono da New
York il pubblicitario Gavino
Sanna e da Roma il sociologo
Franco Ferrarotti.

AUDITEL

Successo
per Biagi
«by night»

Oltre 14 milioni di tele-
spettatori, con il 50 per cento
di share, hanno seguito La
Piovra lunedì sera. Linea di-
retta di Enzo Biagi, nonostante
sia andato in onda alle 23,25,
ha ottenuto con la puntata di
esordio quasi il 30 per cento
di share e un ascolto di oltre 4
milioni di telespettatori. Il
successo di Biagi, ha dichia-
rato Nuccio Fava, direttore del
Tg1 «è una conferma che il
giornalismo d'autore è più che
mai valido e che la collabora-
zione tra Tg1 e rete 1 è impor-
tante. Biagi, poi, mi è sem-
brato ieri ancora più bravo del
solito». Carlo Fuscinig, direttore
di Raiuno, ha aggiunto: «Biagi
ha saputo trovare lo stile giu-
sto e ha saputo cogliere in
questo momento le esigenze
di informazione da parte del
pubblico, una informazione
senza forzature». Fuscinig ha
continuato: «Questo program-
ma completa al meglio la pro-
grammazione della rete 1 in
questo equilibrio tra intratteni-
mento, informazione e cultu-
ra». Che è poi l'obiettivo co-
stante della nostra program-
mazione premiata dal succes-
so di pubblico.

«Francesca Rabbit», febbre da spot

MARIA NOVELLA OPPO



Francesca Dellera, ex
«Romana» e futura «Giugarda»
(dal testo di Diego Fabbr) sta
per debuttare in un nuovo ge-
nere spettacolare lo spot. Si è
detto e scritto che abbia firm-
ato un contratto miliardario
per girare trenta secondi sotto
la regia di Maurizio Nichetti. E
Nichetti, che non è né roma-
no né biagiardo subito ridimen-
siona le cifre in questione.
«Per girare un film pubbli-
citario medio, oggi ci vogliono
almeno sei-settecento milioni.
Questo costo di più perché
sarà realizzato in tecnica mi-
sta con i disegni animati della
Bozzetto Film. Può darsi che

un miliardo sia il costo dello
spot. Le cifre che sono state
citate sono ridicole. Ma la co-
sa più curiosa di tutta la fac-
cenda è che circola un inter-
esse giornalistico su questo
spot superiore a quello che ri-
guarda il mio film».
Vuoi dire Ladri di sospetti-
ti? Mi pare che però il film
sia stato molto bene accolto
dalla stampa, quello che del
resto dal pubblico. Quello che
può sembrare singolare è
che il film è stato lasciato
in tv per come se fosse una di-
chiarazione contro gli
spot...
Nel contesto in cui il film è ca-

duto, è sembrato tutto centra-
to sugli spot che interrompono
il film. In realtà nel film io
faccio un discorso più ampio
sulla tv, su come la gente la
guarda.
Ladri di sospetti mette in
rilievo la confusione di bi-
giardi in cui viviamo e le
continue interferenze tra un
discorso e l'altro. Gli spot
sono solo una delle interfe-
renze possibili?
Sono piani che si mischiano
prendiamo atto di queste in-
terferenze per governarle.
Questo è quello che io voglio
dire. Certo se poi devo scogie-
re tra spot e film, è come chie-
dermi di scegliere tra la pace e

la guerra. Scelgo il film.
Allora torniamo allo spot
con la Dellera. Perché il rit-
mo che se ne parla tanto?
Ma no, anzi. Tutto fa brodo
e tutto va bene per discorere
e riflettere. Anche se di spot se
ne fanno centomila. Questo
ha la particolarità della dop-
pia lavorazione, con l'anima-
zione utilizzata come nel film
Chi ha incastro Roger Rab-
bit? L'idea, devo dire, è dell'a-
genzia («Romano»). Certo, di
solito preferisco parlare dei
film che faccio, perché di
quelli sono responsabile dalla
A alla Zeta. Però anche questo
è un lavoro gratificante il mio
interesse particolare sta nel
fatto che finalmente posso far

capire che anche in Italia sia-
mo in grado di realizzare ope-
re con questa tecnica cinema-
tografica. Non è un problema
tecnologico, ma di investi-
menti. In trenta secondi non si
fa Roger Rabbit per un ora e
mezza ci vorrebbero almeno
quaranta miliardi. Quel che
voglio dire è che è tutta que-
stione di costi.
So che tu avevi il progetto di
un film in cui usavi anche
l'animazione, ma non hai
mai potuto realizzarlo.
Già, mi trovo sempre in que-
stre contraddizioni. I pro-
posi quattro anni fa un film
dal titolo, Volere volare ad ai
cuni produttori, ma nessuno

lo volle finanziare. Dissero che
non era commerciale. Non ho
ancora abbandonato l'idea.
Ma che storia racconterei
nei trenta secondi?
La Dellera che è una specie
di Jessica Rabbit naturale sal-
rà su una macchina che inve-
ce è un disegno animato. È
una cosa complicata ma fat-
tabile. E l'hanno affidata a me
perché ho già esperienza di
fumetti con la Dellera non ci
siamo ancora incontrati ma ci
siamo sentiti per telefono. Mi è
sembrata una ragazza simpatica.
Lo spot deve servire per
pubblicizzare un olio per au-
tomobili. E questo è tutto. Una
cosa normale, per uno che fa
il mio mestiere.

Table with TV program listings for Raiuno, Raidue, Raitre, TMC, and Rete 1. Columns include channel name, time slot, and program title.

Table with 'SCEGLI IL TUO FILM' section, listing various film titles and their details.