

«LA GUERRA DEGLI ANTÒ»
È IL SECONDO LUNGOMETRAGGIO DEL REGISTA RICCARDO MILANI. ATTORI NON PROTAGONISTI PER UNA STORIA SULLA PROVINCIA ITALIANA

La piana dei campi scorre incorniciata dal finestrino del treno. Sotto l'alba i contadini raccolgono cassette d'insalata e dall'altra parte del vetro due ragazzi li guardano in silenzio: dopo aver voltato le spalle con zaini penzanti e capello a cresta di gallo tornano a casa, a quella terra che sa di fatica. È una delle ultime inquadrature del film "La guerra degli Antò", di Riccardo Milani: è l'immagine che racconta la sconfitta di due dei quattro Antonio di Montesilvano, i punk del paese, che hanno provato a strappare le radici da quei pochi ettari di pianura, dall'orizzonte piatto dei loro giorni pesanti di nulla. E in questo viaggio di ritorno, accompagnati dalla marcia ribattuta dei vagoni, si è spettatori di un esempio della poesia fulminea ma profonda di cui è capace la macchina da presa diretta da Milani, regista di quarant'anni, romano, che ama respirare, al contrario dei suoi protagonisti, l'aria della provincia.

«Quella scena - spiega - si gira ogni giorno nelle valli dell'Abruzzo. Chi le attraversa prima dell'alba vede circoli di trattori con i fari accesi sui solchi di ortaggi, e a cavallo gli agricoltori del posto insieme agli immigrati, tutti piegati nella raccolta. Allargando l'inquadratura sul paesaggio scorrono poi le fabbriche di scarpe, le antenne di Telespazio. E in mezzo stanno gli Antò: per loro la campagna è il luogo dell'arretratezza da allontanare con chilometri e chilometri di binari; i prefabbricati industriali restano l'alternativa malinconica alle domande della loro età».

"La guerra degli Antò", scritto da Milani insieme a Sandro Petraglia e a Domenico Starnone, tratto da un libro di Silvia Ballestra ("Il disastro degli Antò", Baldini e Castoldi) è il secondo lungometraggio girato da Milani, dopo "Auguri professore" del 1997. Una lavorazione di otto settimane tra l'Abruzzo, Bologna e Amsterdam. Proiettato nelle sale cinematografiche per venti giorni lo scorso ottobre e ora già sugli scaffali del noleggio nelle videoteche.

Quanta amarezza Milani? «Beh, tanta, ma per fortuna non cancella le gratificazioni. Ho ricevuto molti complimenti, tra cui quelli di Monicelli, Moretti, Benigni, Taviani, Suso Cecchi D'Amico. L'amarezza sta nel fatto che comunque il mio secondo lungometraggio non ha raggiunto il maggior numero di spettatori possibili. E non è solo questione d'incassi: nel primo fine settimana ha fatturato 140 milioni, non pochi per una pellicola italiana uscita senza essere pubblicizzata. Dispiace proprio per il potenziale comunicativo sprecato».

Esiste un modo per recuperare una parte di quel pubblico perduto? «Ho riguadagnato il contatto reale con lo spettatore, le sensazioni, i pareri, le critiche che il passaggio veloce e sporadico delle sole ventotto copie distribuite aveva mortificato, peraltro diventate la metà nella seconda settimana di programmazione. E a conferma di

Metropolis

Una scena da
«La guerra degli Antò»

L'intervista

Riccardo Milani racconta il suo modo di fare cinema

«Non basta fare un buon film, se poi il mercato non ti permette di raggiungere tutti gli spettatori possibili»

«Solo venti giorni nella sale E allora faccio proiezioni speciali»

ALESSANDRA OTTAVIANI

questo, ho notato che molti alla fine degli spettacoli che curo io mi chiedono quando uscirà il film. Strano no? A Bologna, città in cui in parte è stato girato perché meta di Antò Lu Purk prima della sua avventura ad Amsterdam, c'è stata fila al botteghino. A Perugia, in un solo giorno, "La guerra degli Antò" è stato il secondo incasso dopo "American Beauty". Ho scoperto così che fare un buon film rappresenta soltanto il cinquanta per cento del lavoro di un regista, l'altra metà, in un mercato con queste leggi, dovrebbe essere impiegata nelle pubbliche relazioni. Ma non lo trovo giusto».

Un sano ribellismo contagiato dai quattro Antò attraverso la macchi-

na da presa? «Il loro è uno stato dello spirito. Hanno più anima che culo e alla fine non fanno male a nessuno. Saranno punk anche con abiti diversi, anche se passeggiano sulla spiaggia di Montesilvano affollata di villeggianti granchi che fanno l'"acquagym", anche se i poteri locali denunciati sui fogli di "E mo basta" si accaniranno sul loro avvenire. I piccoli ideali nel mercato di chi perde sempre sembrano eroismi».

I quattro Antò erano attori professionisti?

«No. Per scovarli siamo andati nelle piazze con telecamera e microfono. Abbiamo filmato circa mille ragazzi in tutta la regione, tra feb-

braio e marzo del '99. Poi incontri e provini fino alla scelta del gruppo, delle loro facce segnate, con quei tratti che ricordano giovani signori di un tempo che con c'è più, in posa per un vecchia fotografia in bianco e nero; espressioni da mettere in contrasto con l'abbigliamento della controcultura punk di stampo europeo. Non a caso i protagonisti provengono del centro, anziché da Montesilvano, paese di mare vicino a Pescara dove il turismo ha mescolato i profili originari dei ragazzi. Flavio Pistilli, detto Lu Purk per non confondersi con gli altri Antò, è di Pescasseroli, Paolo Setta, Lu Zorru, di Bussi sul Tirino, Danilo Mastracci, Lu Zombi, dell'Aquila, e

Federico Di Flauro, Lu malatu, di Sulmona».

Stà diventando una prassi tornare sulla strada per cercare volti nuovi? «Io ho cominciato a farlo quando ero aiuto regista di Mario Monicelli. Ero uno studente di medicina innamorato del cinema. Sapevo della possibilità di diventare assistente volontario sul set, era una prassi allora. E così un giorno sono andato da Monicelli, il regista che con "I solisti ignoti" mi aveva folgorato. Stava finendo "Le due vite di Mattia Pascal" e quindi mi ha risposto che non c'era molto da fare, ma presto avrebbe cominciato il montaggio di un nuovo film, "Speriamo che sia femmina". Io ho in-

sistito e mi ha guardato e rassicurandomi mi ha detto "mettete qua". E "Speriamo che sia femmina" è stato il primo film che ho visto nascere».

Come sono stati i suoi primi mesi sul set? «All'inizio la macchina da presa è lontanissima, ci si deve rendere utili. Ho portato il caffè, pulito le scene, protetto dal sole o dalla pioggia con l'ombrello Liv Ulman e Chaterine Deneuve, bloccato il traffico e le persone. S'impara subito che il cinema è prima di tutto un lavoro, non un arte. Ma sono stati mesi magici, in cui ho capito che quella era la strada su cui volevo mettere la mia vita. Amo l'atmosfera del set, stare con

la troupe, risolvere i problemi con i macchinisti, gli elettricisti, improvvisare zeppe o pedanine per migliorare un'ripresa».

Nel suo curriculum c'è anche la pubblicità, che sembra essere diventata territorio di sperimentazione e creatività per molti registi di successo

«Il mio lavoro di regista è stato battezzato proprio dalla pubblicità, proponiammi all'inizio da Daniele Luchetti. Finora ho girato una sessantina di spot, alcuni di questi molto apprezzati dal pubblico e premiati al Festival della Pubblicità di Cannes. "Ukraina", per esempio, nato per l'Atlante geografico del Corriere della Sera, la storia di un commovente che atterra con la sua navicella nell'orto di una contadina russa, ha vinto il Leone di Bronzo nel 1994, unico spot italiano vincitore a Cannes quell'anno».

Il vero debutto è però "Auguri professore" tratto dal libro di Domenico Starnone "Solo se interrogato". «Certo. Nel '97, Rita e Vittorio Cecchi Gori progettavano un film che continuasse il successo di Luchetti con "La scuola". Ma l'idea di un seguito vero e proprio non entusiasma. È nato così il racconto di vita, con toni diversi e probabilmente meno divertente, di un insegnante, sempre interpretato da Silvio Orlando, che scopre la delicatezza e la forza del suo mestiere».

In questo momento a cosa sta lavorando?

«A un soggetto originale, con Francesco Bruni e Salvatore De Mola. È la storia di un campionato di calcio attraverso le vicende di una piccola squadra allenata da un mister vecchio stile che invita i suoi giocatori a riappropriarsi dell'eleganza, della tecnica, dell'equilibrio del pallone. Un film, che girerò a Roma da settembre a giugno, per dire che la velocità di gioco a tutti i costi, l'aggressività sul campo, l'arrivare con la faccia a un millimetro da quella dell'arbitro, non rappresentano il sale del calcio di oggi, anzi. Va recuperato il senso dei ruoli, nello stadio come nella vita».

SEMAFORI

Strategie a premi contro il fumo

GABRIELE CONTARDI

«Smettere di fumare è la cosa più facile che esiste; lo so perché l'ho fatto un migliaio di volte». Mark Twain aveva perfetta ragione: la vita di un tabagista è quasi sempre costellata di innumerevoli tentativi fallimentari di affrancarsi dal vizio del fumo. Di solito per evitare il trauma dell'abbandono improvviso della sigaretta, si cerca di apprima di diminuirne la quantità. Si fissa un limite temporale, una sigaretta all'ora ad esempio, e si cerca di non superarlo. Quasi mai, però, ci si riesce. Passati i primi due o tre giorni, durante i quali il proposito è ancora grammatico, si comincia a vacillare. Si sbircia l'orologio un'infinità di volte, si maledicono le lancette che sembrano pietrificare, si ingolosano le caramelle in quantità, si cincischia il pacchetto e prima o poi si accende la sigaretta senza che sia trascorso il tempo previsto, convinti in buona fede di fare un unico strappo alla regola. In realtà è solo la prima di una lunghissima serie di eccezioni che condurranno inevitabilmente all'abbandono del tentativo. Anni fa, per aiutare nell'impresa, andavano di moda dei portasigarette provvisti di timer che si aprivano soltanto allo scadere del tempo programmato. Conosciamo gente che si è rotta le unghie nel tentativo di forzare il piccolo scrigno comunque non era certo difficile procurarsi altre sigarette, in barba alle buone intenzioni e all'in-

sensibilità del timer. Resisi conto che così non se ne verrà mai fuori, è la volta dei chewingum impregnati di nicotina, dei cerotti e dei tanti altri prodotti che dovrebbero sostenere i fragili proponenti del fumatore pentito. Da parte nostra, sponati da amici e parenti, abbiamo tentato anche la via dell'ipnotismo. Si trattava di una specie di guru che aveva studiato in mezza Europa e che assicurava l'abbandono definitivo del vizio con una sola seduta. Dell'esperienza ricordiamo una bellissima villa dalle parti di Como, lo sgabello su cui eravamo appollaiati a occhi chiusi, la voce suadente del guru, la straordinaria essosità della parcella e il sapore della sigaretta fumata dopo la seduta: non ci eravamo sembrati così buoni. Poi capitò magari un giorno di incontrare un amico, accanito tabagista quanto e più di noi, che ci annunciava come se niente fosse che ha smesso di fumare. «Come hai fatto?». «Semplicissimo. Ho buttato via il pacchetto e non ne ho più ricomprati». Nient'altro che quello. Ecco il segreto. Tutto lì. E noi, deboli e invidiosi, ammiriamo la sua forza di volontà e ci domandiamo se saremo mai capaci di tanto. In attesa di sciogliere il dilemma, ora, a Milano, si può sperare nei medici di base. Sta partendo infatti un'iniziativa che prevede compensi economici a quei medici che riusciranno a far smettere di fumare i loro assistiti. Il progetto è più

che lo devole anche se risulta difficile capire, sulla scorta delle prime notizie, come si svolgerà in concreto l'operazione. Quali miracolosi metodi verranno adottati che il fumatore non abbia sperimentato già per conto proprio, riusciranno davvero i medici a tenersi alle richieste di aiuto che si possono immaginare numerosissime, come si farà a stabilire se le urine denicotinizzate appartengono davvero a un ex fumatore e qual è il confine temporale oltre il quale il tabagista può essere dichiarato definitivamente libero dal vizio e il medico può di conseguenza pretendere il compenso? Tre mesi, sei, un anno? E se poi riprende a fumare? Tutta la vita allora? Insomma, sembra una faccenda terribilmente complessa, destinata fatalmente a provocare contestazioni di tutti i tipi. Senza contare che ci sono molti medici di base che fumano. Perché non introdurre allora, per una questione di equità degli incentivi economici anche per i pazienti che riusciranno a liberare dal vizio i loro dottori?

