

FILM In Gran Bretagna il quarto episodio ha già superato Guerre Stellari. In America va come un treno verso i massimi storici. In Italia, intanto, «Melissa P.» vince nelle sale

di **Rossella Battisti**

Harry Potter ora insidia il record dei Jedi



Una scena dal quarto episodio di Harry Potter

Altro che Mandrake: Harry Potter se lo mangia con tanto di cappella. Numero uno dei maghi, di sicuro al cinema, dove il quarto episodio della saga, *Harry Potter e il Calice di Fuoco*, sta sbancando i botteghini di mezzo mondo. Schizzato in cima alle classifiche di ventuno paesi già nel weekend scorso, mentre già si accettano prenotazioni nei cinema italiani dove il maghetto farà la sua trionfale comparsa da venerdì e contenderà lo scettro conquistato a sorpresa da *Melissa P.* del quasi esordiente Luca Guadagnino. Potter è un fenomeno trascinatore dalla penna di JK Rowling e riversato sugli schermi con un entusiasmo per l'eroe digitale pari (se non superiore) a quello cartaceo (un incasso di 155 milioni di euro nel weekend, secondo i dati diffusi dalla Warner Bros).

In Inghilterra, patria della sua autrice, è diventato il film di maggior successo nella storia del cinema del Regno Unito: 21,7 milioni di euro nei primi tre giorni di programmazione. Negli Stati Uniti era dal tempo di *Guerre Stellari* che una pellicola non suscitava tanto interesse e prenotazioni (il novanta per cento delle richieste ricevute nella settimana precedente all'uscita del

film). E centounovirgolaquattro milioni di dollari raggiunti nel primo weekend di tenuta. Un mago stellare, il quarto debutto più redditizio dopo i record di *Spider Man* (nel 2002 il «ragno» arrivò a quota 115 milioni di dollari in tre giorni), il III Episodio di *Guerre Stellari* (108,4 milioni) e *Shrek* (108 milioni nel 2004).

Insomma, anche tenebroso, vagamente orrifico e «censurato» (negli Usa è vietato ai minori di 13 anni, che in Inghilterra è off limits per

Appena uscito schizza in testa alla classifica di 21 paesi. È già record al botteghino

film). E centounovirgolaquattro milioni di dollari raggiunti nel primo weekend di tenuta. Un mago stellare, il quarto debutto più redditizio dopo i record di *Spider Man* (nel 2002 il «ragno» arrivò a quota 115 milioni di dollari in tre giorni), il III Episodio di *Guerre Stellari* (108,4 milioni) e *Shrek* (108 milioni nel 2004). Insomma, anche tenebroso, vagamente orrifico e «censurato» (negli Usa è vietato ai minori di 13 anni, che in Inghilterra è off limits per

grande prestazione sullo schermo mai raggiunta senza il beneficio di un naso» osserva il New York Times. A qualche altro critico ha fatto venire gli incubi notturni, mentre i ragazzini sembrano vaccinati a ogni incubo: all'uscita dell'anteprima di *Harry Potter e il Calice di fuoco* a Roma, i teenager citavano *The Ring* o *The Eye* come «film de paura». Harry Potter va bene per volare nella fantasia, per consumarlo tutto d'un fiato. Grande comune denominatore di lettura per tutti i ragazzi: la

Il fascino del maghetto colpisce anche online: i pirati offrono e-book fatti in casa

Rowling ci tiene che tutti lo leggano nel medesimo giorno e norme severissime regolano l'uscita dei nuovi romanzi. Anche se le regole sono fatte per essere eluse: dal caso, come nel 2003 quando incauti inserimenti di drugstore di Indianapolis e di un negozio di Brooklyn misero sugli scaffali l'ultimo romanzo qualche giorno prima dell'uscita, persino due copie ordinate su Amazon.com furono consegnate in anticipo. Fori in una diga sempre più massiccia che rischia di essere spazzata via da Internet: la caccia al libro ha scatenato una forma di pirateria digitale - questa sì di inedite proporzioni - che fornisce online i libri di Harry Potter. Scannerizzati spesso in modo casalingo, con pazienza e metodo (scannerizzare un libro è operazione più lenta e complessa rispetto ai pochi click di mouse che servono per un Mp3 o un Cd audio). Anche gli e-pirati hanno un Harry Potter nell'e-cuore...

ASCOLTI TV Dopo Bonolis, «Serie A» decolla. Che Fazio che fa: ok. Quelli che Mentana: ok

di **Roberto Brunelli**

Certo che siamo un paese religioso. Padre Enrico Mentana e la sua frenetica messa cantata della domenica hanno avuto un successo. Il 25,60% di share, che in cifre vuol dire 5 milioni e passa di spettatori. Meno di fra' Pippo Baudo - che ha toccato il 28,40% con 5 milioni e settecentomila cristiani - ma pur sempre di più dell'eretico Paolo Bonolis, che rimaneva intorno al 20-22%. È il dio pallone, baby, non puoi farci niente. Se ci sono i gol, la moviola, i giusti automatismi della difesa, la liturgia del calcio è salva e l'Auditel paga.

Ma l'Auditel oggi ha tante cose da raccontare. Non solo che quelli di *Serie A* - Mentana e i ragazzi della redazione sportiva guidati da Ettore «er Penombra» Roggioni - ieri assai probabilmente hanno esultato alla maniera di un attaccante che ha violato la rete, ma anche che si possono fare notevoli ascolti grazie a quello che Paolo Ruffini, direttore di Rai3, chiama «il patto di qualità». Sì, perché nella terza rete - laica per eccellenza - la domenica, pur non essendo cantata, ha registrato quelli che si chiamano «ascolti record». Praticamente un'altra dimensione, un mondo parallelo, rispetto ad una *Domenica In* (Rai1) dove c'erano un po' di naufraghi dell'*Isola dei famosi* che ballavano, rispetto a *Quelli che il calcio* (Rai2) dove c'erano

altri naufraghi ancora, rispetto a *Buona domenica* (Canale 5) con il suo consueto caravanserraglio trash, rispetto alla già citata liturgia pallonara di Mentana. In soldoni: *Che tempo che fa*, con Fabio Fazio che ha costretto Marco Follini ad alzare le spalle in resa ad una domanda sull'Ici gratis per la Chiesa, ha fatto il 16,9% di share. *Report* di Milena Gabanelli ha totalizzato il 13,62% con un duro viaggio nei paesi che applicano la pena di morte. Il comodo salotto di Serena Dandini *Parla con me*, che ospitava Alex Britti e Michele Serra, è stato frequentato dal 13,88% degli italiani. Un altro mondo, dicevamo. Quel mondo abitato anche dal *Kilmangiaro* di Licia Colò, dalla Lucia Annunziata che intervista Paolo Mieli e viene citata ieri da tutti i giornali, da quel programma geniale che è *Passepartout* di Philippe Daverio: «Ogni singola trasmissione è la frase di un discorso», dice tutto contento Ruffini. Ed è qui che tira fuori la sua teoria sul «patto di qualità costruito con gli spettatori»: «Se avessimo pronosticato di ottenere il 13% con oltre tre milioni di spettatori con un'inchiesta sulla pena di morte ci avrebbero preso per pazzi. E invece è stato possibile». Allora è vero che non di solo trash vive la tv. Fatelo notare anche agli inserzionisti pubblicitari: su Rai3 domenica c'erano milioni e milioni di spettatori. Laici e non.

fatevi una storia lapolitica

Torna in edicola, Italia. Immagini e storia 1945/2005 con "la politica"



il quarto volume in edicola

non perdetevi dal 1° dicembre il 5° volume: "lo sport"

12,90 euro oltre al prezzo del giornale.

l'Unità