
Un premio allo Sport

Autore: Claudia Di Lorenzi

Fonte: Città Nuova

Si chiama “Tv d’Oro Sport Edition” ed è un concorso dedicato alle tv locali, promosso da “Millecanali”.

Si chiama “Tv d’Oro Sport Edition” ed è un concorso dedicato alle tv locali, promosso da “Millecanali”. Nell’anno degli Europei di calcio e dell’appuntamento con le Olimpiadi, l’iniziativa intende valorizzare i programmi sportivi prodotti dalle piccole emittenti, non di rado ricchi di elementi curiosi e innovativi. Si sa, la morsa della crisi colpisce particolarmente le aziende minori, in deficit di pubblicità e risorse economiche, obbligate a tagliare i budget e a ridurre il personale, e allo stesso tempo a portare a termine la transizione al digitale terrestre, costrette a puntare sull’originalità delle proposte per rosicchiare ascolti e veder crescere i numeri dell’auditel. Una vera e propria sfida – come raccontano alcuni dei responsabili delle tv locali che il 22 e 23 maggio si sono ritrovati a Roma per la 7ª edizione del RadioTv Forum di Aeranti-Corallo – che trova sostegno in una vetrina come quella offerta dal concorso della storica rivista dell’audiovisivo.

L’iniziativa vede in gara cinque categorie: miglior programma sportivo, rivolta a *talk show*, rubriche di intrattenimento sportivo, trasmissioni di commento e cronache degli eventi sportivi; miglior canale sportivo, che riguarda canali monotematici analogici o digitali; miglior tg sportivo, di cui saranno valutate tre-sei edizioni o i supplementi informativi; miglior conduttore di programmi o tg sportivi, che valuta “performance” in studio, nei collegamenti o in servizi esterni; miglior opinionista, che premia la qualità degli interventi. Premi speciali potranno essere attribuiti anche a inchieste a carattere sportivo, programmi o personaggi sportivi “storici”, e a programmi dedicati a discipline diverse dal calcio. In ogni modo è possibile proporre contenuti in onda nel periodo compreso fra l’1 settembre 2011 e il 15 settembre 2012. A giudicarli sarà una giuria tecnica costituita in accordo con l’Università Cattolica di Milano, dove nell’autunno 2012 avverranno le premiazioni. C’è tempo fino al 30 settembre per inviare le proposte.

PAESI ARABI

I media valorizzano le donne

Sulla difficile strada verso l’affermazione dei diritti delle donne nei Paesi arabi, un altro piccolo ma importante passo è stato compiuto. In Tunisia, tre donne sono state poste a capo di altrettante radio di Stato. Si tratta di Donia Chaouch, che guiderà il canale generalista Rtc, di Faïza Lamoum, alla testa di quello culturale, e di Rafika Annabi, che dirigerà quello dedicato ai giovani. Le nomine sono tutte condivise con colleghi uomini, ma la valorizzazione della professionalità femminile, seppur in un settore specifico come quello dei media, non può che essere di buon auspicio per tutte le donne.

EDITORIA

È boom (relativo) degli e-book

La chiamano “primavera digitale” e in comune con quella araba ha l’idea di una vera rivoluzione, che investe stavolta il mondo dell’editoria. Stando ai dati diffusi all’ultimo Salone internazionale del libro di Torino, il mercato degli *e-book* sta vivendo una crescita esponenziale con dati di produzione triplicati: i titoli italiani in versione digitale sono oggi 31.615, mentre erano 11.271 nel maggio 2011 (livelli ancora bassi in valore assoluto, ma in forte crescita). Inoltre, secondo uno studio dell’Associazione italiana editori (Aie) il mercato degli *e-book* nel 2011 è cresciuto di nove volte rispetto a quello del 2010, passando dallo 0,1 per cento allo 0,9 per cento; nello stesso periodo è aumentato del 55,3 per cento il numero degli acquirenti, che nel 2011 hanno raggiunto quota 567 mila. Fra il 2011 e il 2012 è sceso poi il prezzo medio dell’*e-book* alla produzione, oggi si aggira sugli

11,07 euro mentre era di 11,18 euro lo scorso anno. Ma chi sono i maggiori fan del libro digitale? Ad essere conquistati dagli *e-book* – dice l’Aie – sono soprattutto gli uomini sopra i 14 anni che rappresentano il 61,5 per cento del totale. Sono proprio gli uomini a costituire la maggioranza dei cosiddetti “lettori forti” in grande aumento: circa 700 mila nel 2010, sono diventati un milione e 100 mila.