

“Alma Mater Studiorum”-Università di Bologna

**Corso di Laurea Magistrale in  
Management delle Attività Motorie e Sportive**

*Elaborato per il Corso di*  
**Sociologia dello sport e della Comunicazione**

**Le Olimpiadi di Pechino 2008 tra sport  
maschili e femminili**

**Il candidato**

Praticò Simone

Matricola 844480

**Il docente**

Prof. S. Martelli

Prof. E. Marini

A.A. 2017/2018

# Sommario

Premessa.....	2
1. Brevi cenni sui Giochi Olimpici .....	3
1.1. I Giochi della XXIX Olimpiade .....	4
2. La donna nello sport .....	4
3. Strumenti e dati analizzati .....	5
3.1. Metodologia della presente ricerca .....	6
4. Discipline sportive Pechino 2008.....	7
4.1. Analisi Rating e Rating percentuale (AMR e AMR%) .....	9
4.2. Analisi percentuale evento visto (ATS%).....	12
5. Rating percentuale (AMR%) Beach Volley, Tuffi e Scherma .....	14
5.1. La passione si può misurare? .....	18
6. Conclusioni .....	21
Riferimenti bibliografici .....	24

## Premessa

A conclusione del Corso di “Sociologia dello Sport e della Comunicazione” da me frequentato nel corso dell’anno accademico 2017/2018, ho scelto come argomento di discussione del mio elaborato il confronto riguardante l’esposizione al pubblico televisivo degli sport maschili e femminili durante le Olimpiadi di Pechino 2008: in particolare studierò se le due tipologie di competizioni hanno configurazioni simili in termini di durata dei collegamenti, di audience media (**AMR** e **AMR%**) e percentuale di evento vista in televisione.

Per effettuare questa analisi, ho preso in considerazione e utilizzato come base di partenza i dati Auditel<sup>1</sup> relativi al pubblico che ha seguito tramite la piattaforma televisiva l’Olimpiade in considerazione. Per poter svolgere al meglio il mio studio, ho rielaborato i suddetti dati suddividendo le gare trasmesse in competizioni maschili e femminili (distinguendoli per ogni singolo sport). In questo modo cercherò di estrapolare ogni dato che possa meglio corroborare il mio oggetto di studio.

In questo elaborato dapprima tratterò brevemente le Olimpiadi, in particolare l’edizione di Pechino 2008; andrò a definire la figura della donna nella comunicazione sportiva. Di seguito andrò a descrivere dati e strumenti da me utilizzati, oltre che illustrare le basi di partenza del mio lavoro; confronterò inoltre le caratteristiche del pubblico che ha seguito le trasmissioni degli eventi sportivi maschili e femminili.

In ultima analisi, mostrerò le differenti caratteristiche socio-demografiche relative all’audience televisiva che ha seguito le gare maschili e femminili di *Beach Volley*, *Scherma* e *Tuffi*.

Nelle conclusioni discuterò se i dati analizzati mostrano la differente considerazione sociale, data ad atleti di diverso genere.

---

<sup>1</sup> I dati Auditel mi sono stati forniti gratuitamente dallo SportComLab

## 1. Brevi cenni sui Giochi Olimpici

I Giochi Olimpici sono il primo mega evento sportivo che ha avuto luogo nell'età moderna; la loro prima edizione, infatti, si tenne nel 1896 ad Atene (patria delle Olimpiadi nell'antica Grecia) per volere del barone Pierre de Coubertain, segretario generale del CIO formatosi appena due anni prima.

Si tratta di una competizione che comprende diverse discipline sportive (si passa dalle 9 discipline di Atene 1896 alle 28 discipline di Rio 2016) e che vede fronteggiarsi diversi Paesi in numero sempre maggiore (dai 14 Paesi partecipanti nel 1896 si raggiungono i 207 Paesi partecipanti nel 2016).

In termini di audience, televisiva e non, i Giochi Olimpici hanno avuto sempre maggior risalto dapprima grazie alla nascita della televisione, la quale ricopre un ruolo fondamentale per la diffusione dello spettacolo sportivo, ed in ultimo grazie allo sviluppo di piattaforme social le quali rendono l'evento sportivo fruibile e commentabile in qualsiasi momento e in ogni luogo. Basti pensare come, relativamente all'ultima Olimpiade, la Rai abbia ottenuto grandi risultati, nonostante gli orari delle gare legati al fuso orario del luogo: si è registrato, infatti, come **oltre 42,3 milioni di italiani hanno seguito Rio 2016** attraverso ogni piattaforma possibile, sia essa tradizionale (TV e Radio), oppure di nuova generazione (circa 800 mila download per l'app,, 4 milioni di browser unici collegati su tutte le piattaforme e 49 milioni di visualizzazioni dei video su Facebook).<sup>2</sup>

In un contesto simile di mega evento sportivo, si è visto come operi il cosiddetto **triangolo SMS**, in cui si viene a spiegare la relazione che intercorre tra sport, media (nelle sue diverse varianti: TV, social forum e cellulari/tablet) e sponsor: al centro del triangolo viene a posizionarsi l'**attore sociale** più importante e da cui dipende il funzionamento di questo modello, ossia l'**audience** – questa è la ragione principale della scelta dell'oggetto di questo elaborato, che si propone di evidenziare le differenti scelte del pubblico tv italiano nell'esporsi ai Giochi, distribuiti per genere.

---

<sup>2</sup> <http://www.calcioefinanza.it/2016/08/23/ascolti-tv-olimpiadi-rio-2016-rai/>

## 1.1. I Giochi della XXIX Olimpiade

La ventinovesima edizione dei Giochi Olimpici si sono svolti a Pechino dall'8 al 24 agosto del 2008; si tratta della terza edizione asiatica dei Giochi olimpici dopo Tokyo 1964 e Seoul 1988. Come riportato dalla Gazzetta dello Sport<sup>3</sup>, presero parte alla rassegna olimpica 204 nazioni per un totale di 10.942 atleti, di cui 4.637 donne e 6.305 uomini, che si cimentarono in 28 sport (complessivamente furono 302 le competizioni sportive); il team italiano fu composto da 346 atleti –di cui 215 uomini e 131 donne-, pressappoco la medesima distribuzione registrata nei precedenti Giochi di Atene, nel 2004.

Il programma sportivo è pressoché identico all'edizione precedente, le uniche novità erano rappresentate dalla BMX, dalla gara 3.000 siepi donne e la maratona di nuoto, sia maschile che femminile.

In questa edizione emergono due grandi primatisti come Michael Phelps, detentore del record di medaglie d'oro in una singola edizione (8 medaglie) e di medaglie olimpiche in carriera (16 medaglie), e Usain Bolt, autore di 3 primati del mondo in pista.

L'Italia si piazza nona nella classifica finale con 28 medaglie, conquistate in 13 specialità sportive. A rubare la scena sono la Scherma (con 7 medaglie complessive), in Valentina Vezzali conquista il suo 3° oro olimpico, e Federica Pellegrini, con il suo trionfo nei 200 m. stile libero.

## 2. La donna nello sport

La differenza di genere gioca un ruolo importante anche nella comunicazione sportiva e in particolare nel modo in cui la donna sportiva è rappresentata. È evidente che i mass media danno sempre maggiore attenzione alla donna come atleta, anche se è ancora marcata la differenza in termini di rappresentazione sociale: infatti maggiore risalto è dato ai risultati sportivi degli uomini (idealizzati come eroi), a discapito delle donne le quali vengono prese come esempio di

---

<sup>3</sup> [https://www.gazzetta.it/Olimpiadi/2012/pechino\\_2008.shtml](https://www.gazzetta.it/Olimpiadi/2012/pechino_2008.shtml)

femminilità nonostante l'attività fisica o come soggetti di gossip (evidente il caso di Federica Pellegrini)<sup>4</sup>.

La ragione delle differenze nella rappresentazione sportiva di genere sta parimenti nella mentalità dei giornalisti e nelle scelte del pubblico dei media: esso infatti si crede sia composto in grande maggioranza di maschi e quindi sia più interessato a notizie sullo sport al maschile; dal loro canto i giornalisti tendono ad accontentare i clienti con notizie sui loro beniamini uomini.

Dal lato suo il CIO (Comitato Olimpico Internazionale) sta realizzando una serie di iniziative per consentire un maggiore accesso allo sport da parte delle donne in tutto il mondo, anche attraverso campagne di sensibilizzazione e nominando donne ai ruoli di leadership all'interno dell'amministrazione. Tuttavia, la strada in questa direzione è ancora molto lunga, considerando che ancora gli uomini compongono la maggioranza degli atleti olimpici (ai Giochi invernali 2014 furono il 59,7%, contro il 40,3% delle atlete), e la grande maggioranza delle posizioni di responsabilità all'interno dei comitati esecutivi internazionali e nazionali.<sup>5</sup>

### **3. Strumenti e dati analizzati**

Le rilevazioni da cui derivano i dati analizzati vengono effettuate dall'Auditel, società che si occupa di misurare gli ascolti delle varie reti televisive in Italia attraverso un apparecchio che rivela dimensioni e caratteristiche dell'audience televisiva presa a campione; il campione, che riproduce la popolazione, viene dimensionato in base a distribuzione geografica (regione e consistenza demografica del comune di appartenenza), caratteristiche socio-strutturali della famiglia (numero componenti, condizione economica, livello di istruzione dei rispondenti, ecc.) e il parco televisivo (numero apparecchi).

---

<sup>4</sup> S. Martelli, "Manuale di Sociologia dello sport e dell'attività fisica", pag. 70

<sup>5</sup> <https://www.olympic.org/women-in-sport/background/statistics>

Tra le numerose variabili socio-demografiche e audiometriche a me fornitemi dallo SportComLab, prenderò in considerazione le seguenti quattro variabili:

1. **Durata complessiva della trasmissione**
2. **Audience:** media di ascolti di un canale nell'intervallo considerato (AMR);
3. **Tasso di penetrazione:** rapporto tra numero medio di ascoltatori e universo di riferimento (AMR%);
4. **Percentuale di evento visto:** percentuale di trasmissione televisiva vista da un pubblico (ATS%).

Per quanto riguarda l'analisi più approfondita relativa a *Beach Volley*, *Tuffi* e *Scherma* prenderò in esame **AMR%** e **ATS%** relativamente a *Età*, *Titolo di Studio*, *Dimensione città di Residenza*, *Condizione Socio-Economica* e *Dimensione del nucleo familiare*: la scelta di questi due parametri deriva dal fatto di volere analizzare la componente socio-demografica prevalente sia come più presente sia come più "appassionata" a quel tipo di evento (se la passione si può misurare in percentuale di evento visto).

### 3.1. Metodologia della presente ricerca

Come già esaminato nel precedente paragrafo, i parametri da me analizzati sono stati in particolare la **durata complessiva** delle trasmissioni, il **Rating**, sia in valore assoluto sia in percentuale (AMR e AMR%), e l'**ATS%**, la quantità in percentuale di trasmissione vista dal pubblico. Il campione è stato selezionato all'interno della popolazione italiana, pari a circa 56 milioni di individui con più di 3 anni durante le Olimpiadi di Pechino 2008, osservando dapprima la differente considerazione data in televisione agli sport maschili e femminili (riguardo soprattutto la durata dei collegamenti).

Fra tutti gli sport analizzati dallo SportComLab, vengono presi in considerazione tutti gli sport in cui erano presenti dati relativi ad ambo i sessi, eccetto Atletica Leggera e Nuoto (tranne la 10 km maschile e femminile) poiché non è stato possibile distinguere in maniera corretta

quali dati nelle tabelle a me fornitemi potessero essere ricondotti ad una competizione maschile o femminile dei suddetti sport: infatti, è possibile misurare un enorme differenza in termini di durata complessiva trasmissioni femminili e maschili, probabilmente dovuta al passaggio continuo tra competizioni maschili e femminili durante la stessa trasmissione televisiva; purtroppo, per questo motivo, non verranno prese in considerazione i dati relativi alla finale dei 200 m con il record di Bolt e le finali di Nuoto degli atleti italiani.

I dati analizzati saranno una media dei valori raccolti durante tutte le Olimpiadi, distinguendo tra sport maschili e femminili.

#### **4. Discipline sportive Pechino 2008**

Come detto in precedenza, dapprima verrà analizzato in maniera generale il peso dato alle differenti discipline olimpiche, facendo una distinzione tra quelle maschili e quelle femminili; verranno escluse dall'esame solamente *l'Atletica Leggera* e il *Nuoto*, perché non è semplice distinguere quale trasmissione sia relativa a gare maschili o femminili a causa dei continui cambi di collegamento dell'emittente televisiva per gare dello stesso tipo ma con atleti di genere diverso.

Nella tabella presentata è possibile osservare il totale in termini di durata delle trasmissioni; sono state prese in considerazione solamente le discipline le cui gare sono state disputate sia al maschile sia al femminile. È opportuno segnalare la differenza, in termini di durata complessiva, di più di 28 ore tra gli sport maschili e femminili: ciò deriva dal maggiore risalto mediatico dato agli sport maschili, che si caratterizzano per la maggiore competitività e carica agonistica, grazie alle quali esercitano un maggiore appeal sull'audience.

Nell'ambito dei singoli sport, si nota una differenza più o meno marcata a favore degli sport maschili (lo scarto più ampio si riscontra nella *Canoa* con 4 ore e 42 minuti di differenza), tranne in tre casi particolari:



- *Equitazione*, in cui le gare sono miste e quindi il dato coincide (e per questo motivo non verrà presa in considerazione nei prossimi confronti)
- *Tuffi e Judo*, in cui le gare femminili sono state più trasmesse (+12 minuti per il *Judo* e + 2:30 ore per i *Tuffi*).

SPORT	DURATA TV F	DURATA TV M
BEACH VOLLEY	04:28:25	07:46:07
CANOA	00:37:44	05:19:18
CANOTTAGGIO	00:18:49	02:38:12
CICLISMO	02:41:26	04:20:32
CICLISMO SU PISTA	00:56:00	01:48:11
EQUITAZIONE	03:39:59	03:39:59
GINNASTICA ARTISTICA	03:59:56	07:50:54
JUDO	00:48:41	00:36:35
MOUNTAIN BIKE	00:06:01	00:25:17
PALLANUOTO	04:41:13	06:51:42
PALLAVOLO	05:45:36	10:43:31
SCHERMA	04:28:30	05:45:51
SOLLEVAMENTO PESI	00:26:56	01:00:26
TAEKWONDO	00:42:14	01:41:38
TENNIS	00:37:59	01:45:56
TIRO A VOLO	00:56:50	01:13:47
TIRO CON L'ARCO	00:14:46	01:03:15
TUFFI	05:05:48	02:28:15
VELA (WINDSURF)	00:46:51	01:25:10
<b>SUMMARY</b>	<b>41:23:44</b>	<b>69:52:36</b>

Tab.1 – Durata complessiva trasmissione eventi maschili e femminili - Mia Rielaborazione

### 4.1. Analisi Rating e Rating percentuale (AMR e AMR%)

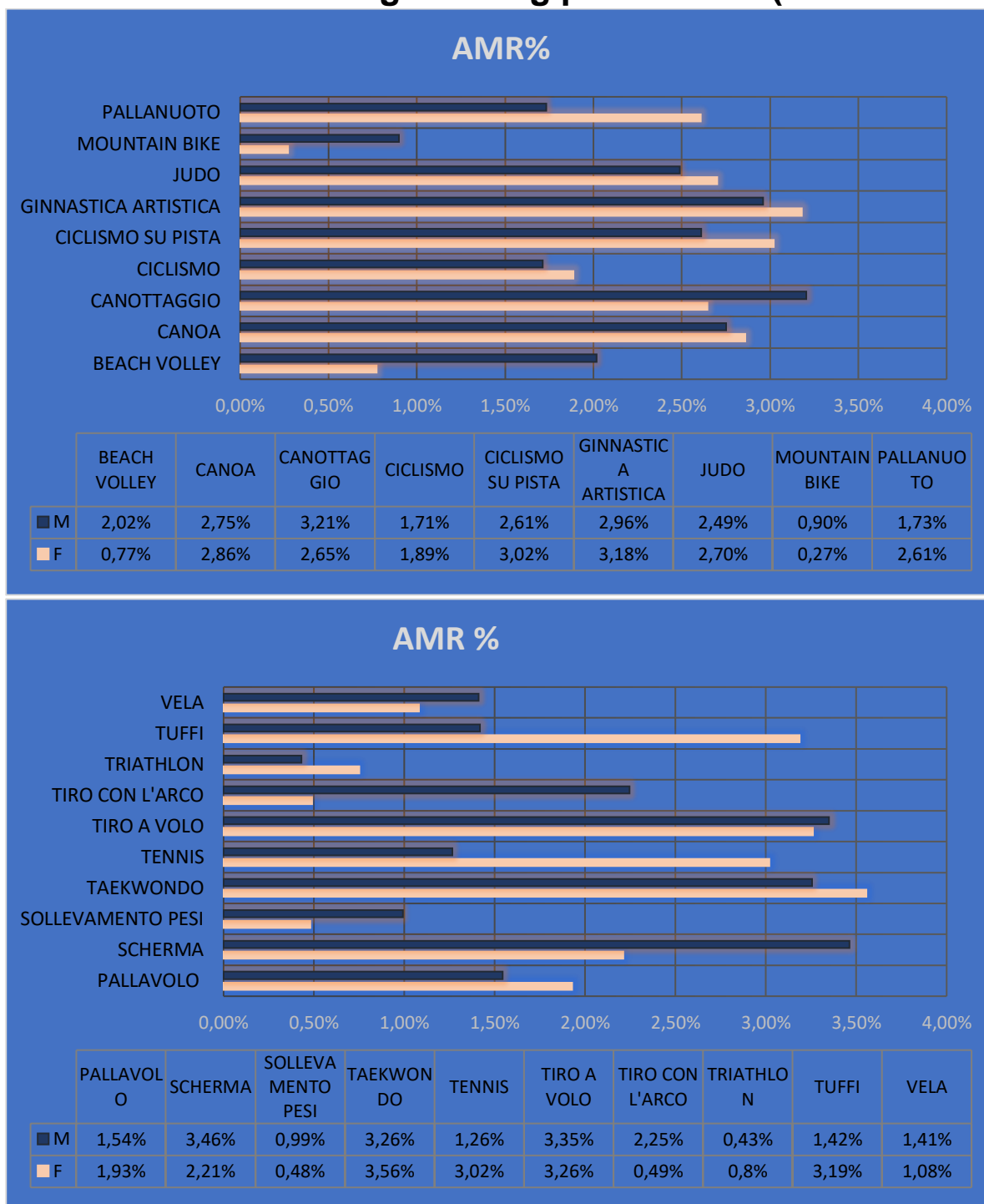


Fig. 1 – Audience percentuale media (AMR%) sport masch. e femm. – Mia rielaborazione

Procedendo con l'analisi dell'AMR%, si può notare che il numero degli sport in cui prevalgono le gare femminili è leggermente maggiore rispetto a quello degli sport in cui si preferiscono gare maschili. Infatti, nel primo grafico, si può notare che solamente le gare maschili di *Beach Volley*,

*Canottaggio* e *Mountain Bike* hanno riscosso un maggiore interesse di pubblico, rispetto alle gare femminili rispettivamente con un tasso di **AMR%** del 2,02%, 3,21% e 0,90%; nel secondo grafico, invece, la situazione è più equilibrata, con cinque sport a preferenza maschile e cinque a preferenza femminile.

Tra i vari sport, quelli che non hanno raggiunto dei risultati sufficienti in termini di rating, rimanendo sotto l'1% di **AMR%**, sono le gare di *Mountain Bike* (in particolare quelle femminili mostrano la percentuale di rating medio più basso in assoluto), *Sollevamento Pesi* e *Triathlon*, oltre le gare femminili di *Tiro con l'arco*; una spiegazione che può essere addotta è relativa al modesto seguito che questi sport possono avere rispetto ad altre tipologie di sport più famosi o comunque con maggiore attrattività.

Dall'altro lato gli sport di maggior appeal sul pubblico tv italiano sono stati il *Taekwondo* e il *Tiro a volo* (entrambi superano il 3% di **AMR%**), con le competizioni maschili di *Canottaggio* e *Scherma* e quelle femminili di *Ciclismo su Pista*, *Ginnastica artistica*, *Tennis*, *Tuffi*: in questo caso mi sento di indicare come motivazione la popolarità di questi sport in termini assoluti (come *Tennis* o *Ginnastica artistica*) o di subcultura sportiva (come il *Canottaggio* o i *Tuffi*) o anche per i successi degli atleti (caso del *Tiro a volo* che ha portato 3 medaglie).

In breve, si può indicare in ambito maschile la *Scherma* e il *Triathlon* rispettivamente come migliore e peggiore risultato in termini di **AMR%** (3,46% contro 0,43%), mentre in ambito femminile il *Taekwondo* (3,56%) e la *Mountain Bike* (0,27%).

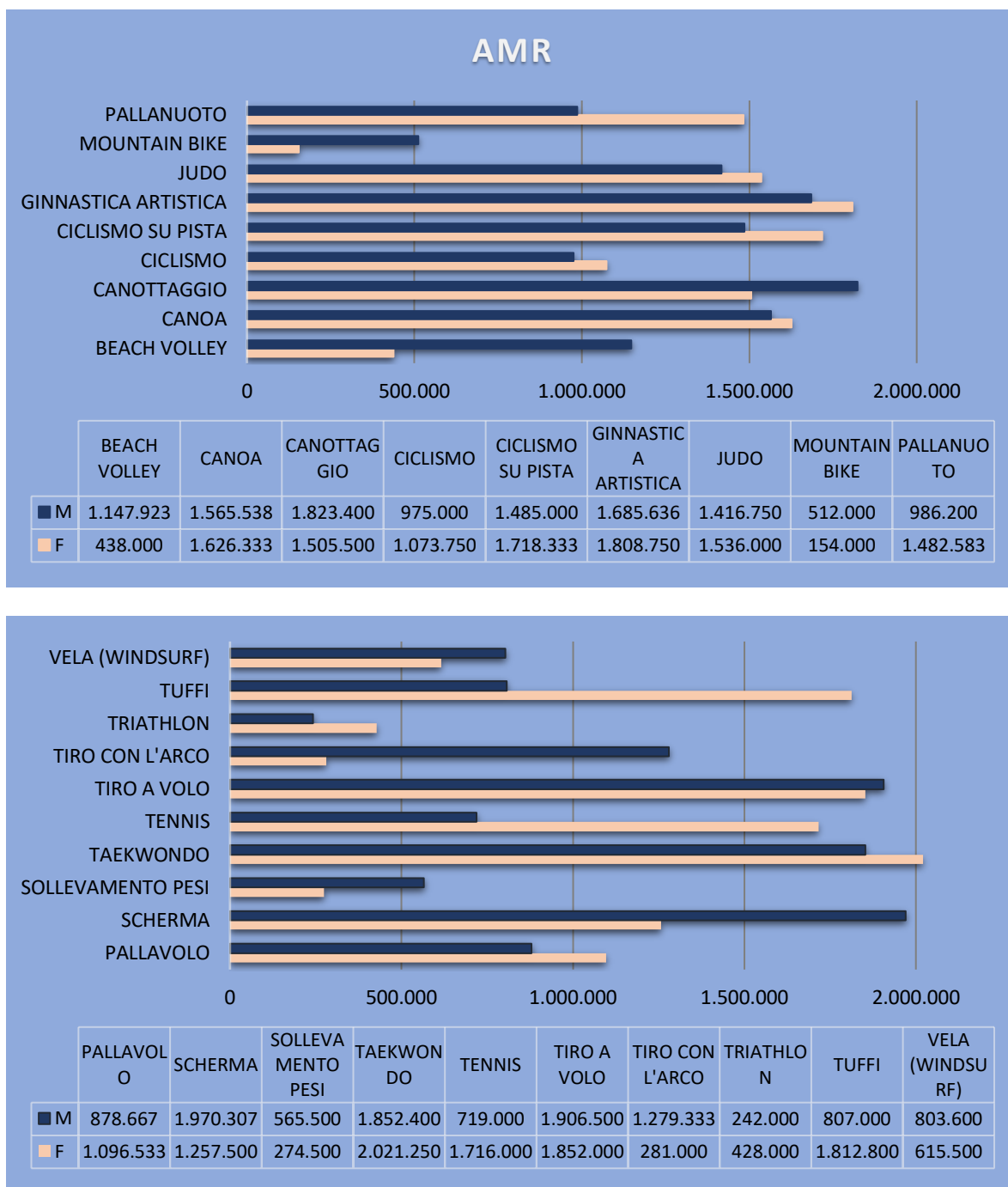


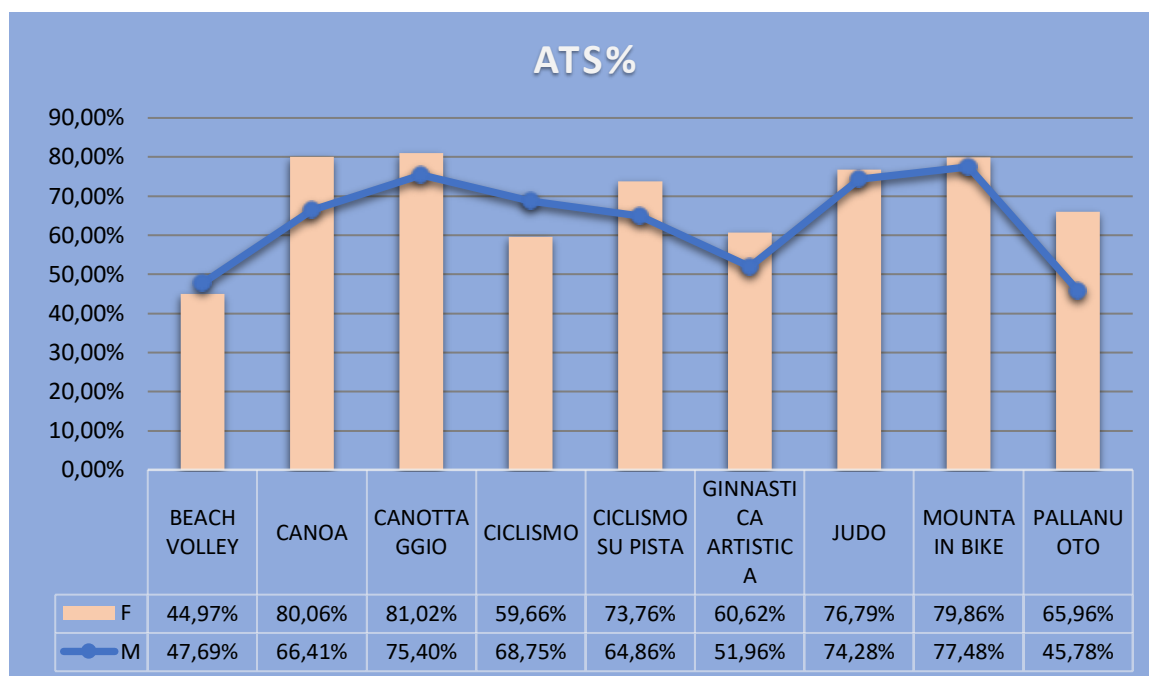
Fig.2 – Rating medio (AMR) sport masch. e femm. – Mia Rielaborazione

Prendendo in considerazione il dato del Rating in valore assoluto, si può notare come segua lo stesso trend dell'AMR%: infatti, anche in questo caso, nel primo grafico solamente le competizioni maschili di *Beach Volley*, *Canottaggio* e *Mountain Bike* mostrano un'audience maggiore rispetto agli eventi femminili degli stessi, mentre nel secondo è mantenuta la situazione di equilibrio.

In generale, quindi, sia in termini percentuali sia in valore assoluto i risultati combaciano.

In ultima analisi, si può notare che vi sono sport in cui la preferenza dell'audience è largamente a favore delle competizioni maschili (quali *Beach Volley, Mountain Bike e Sollevamento Pesi*) mentre per altri, come *Tuffi, Tennis e Pallanuoto*, vengono preferite le competizioni femminili: non è un caso che tra gli sport maschili più amati vi siano due tra i meno seguiti, considerando la popolazione maschile come più avvezzata a seguire diversi tipi di sport, anche quelli meno praticati.

## 4.2. Analisi percentuale evento visto (ATS%)



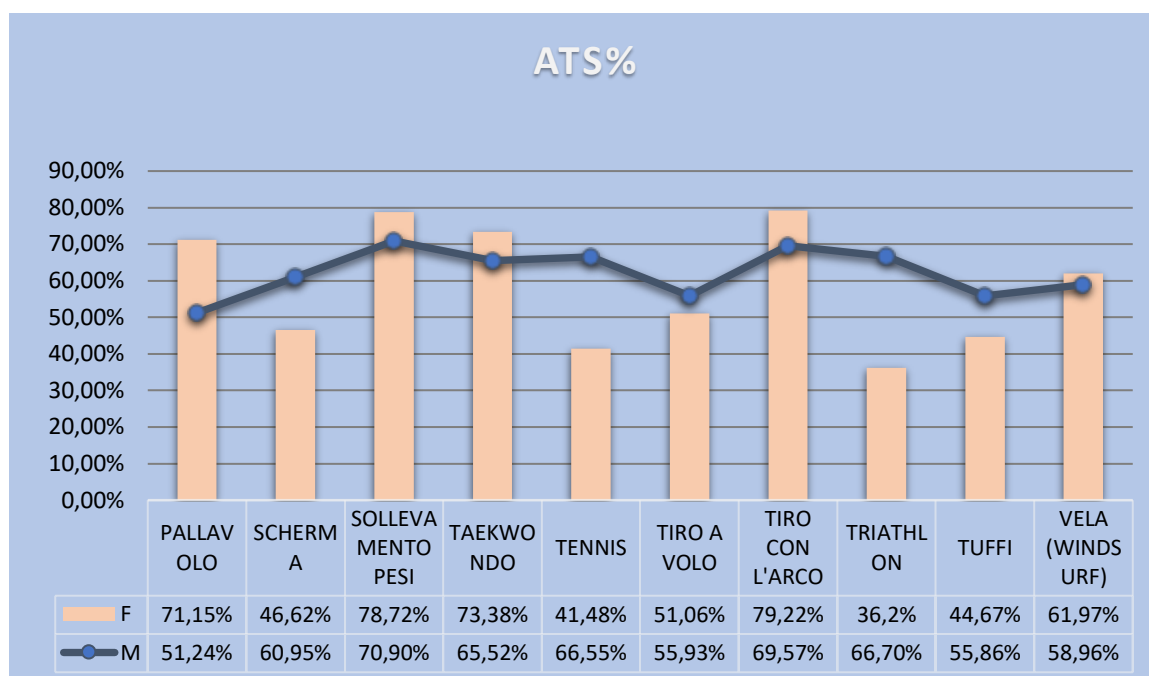


Fig.3 – Percentuale dell'evento sport masch. e femm. visto- Mia rielaborazione

Si può notare che i grafici presentati (fig.3) mostrano anch'essi una percentuale maggiore di esposizione dell'audience tv italiana, relativamente alla percentuale di evento sportivo visto in tv, per quanto riguarda gli sport al femminile rispetto a quelli maschili.

È possibile osservare le percentuali più elevate di **ATS%** siano relative a sport come il *Canottaggio* (in campo femminile) o la *Mountain Bike* (in campo maschile) che mostrano i più bassi livelli di **Rating**: questo mi porta ad affermare che l'audience televisiva relativa a tali competizioni sia composta da persone veramente appassionati di quel particolare sport e quindi interessate alla totalità dell'evento.

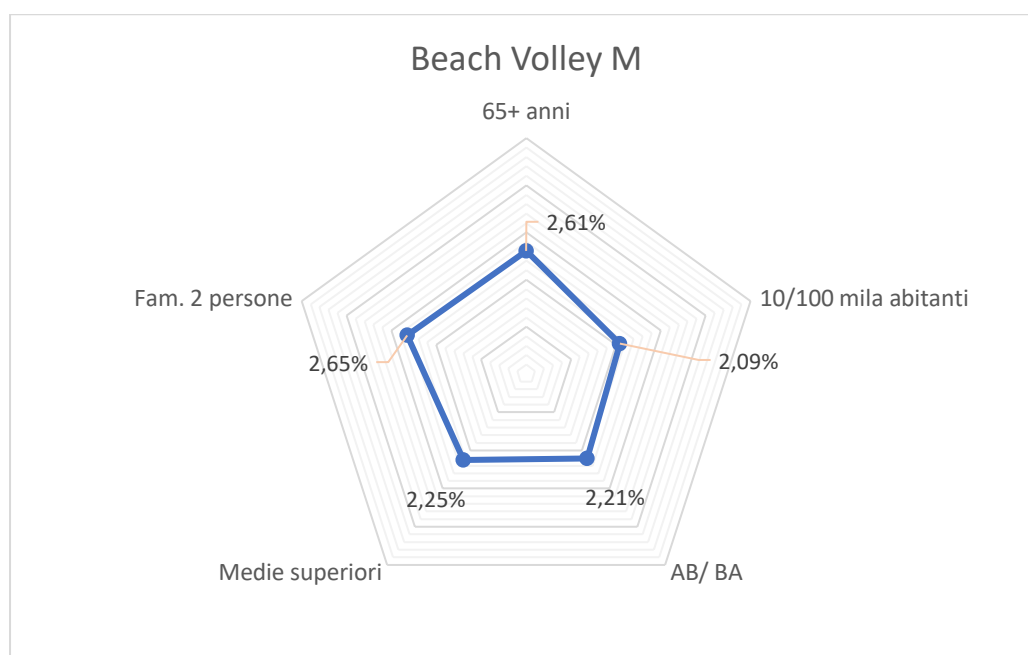
In negativo troviamo invece il *Beach Volley* maschile (47,69%) e il *Triathlon* femminile (36,2%) contraddistinte da due situazioni opposte: infatti il primo, a fronte di un buon AMR% (2.02%), presenta la tendenza del pubblico a guardare l'evento trasmesso per meno della metà della trasmissione, mentre il *Triathlon* continua a mostrare basse percentuali, a dimostrazione di uno scarso interesse dell'audience nella competizione.

Situazione di parità tra competizioni femminili e maschili le riscontriamo invece per *Judo* (76.79% F e 74,28% M) e *Mountain Bike* (79.86% F e 77.48% M) a dimostrazione del fatto che gli appassionati a questi sport non facciano differenza su quali siano gli atleti a competere.

## 5. Rating percentuale (AMR%) Beach Volley, Tuffi e Scherma

Analizzando le Olimpiadi di Pechino 2008, ed in particolare la differente esposizione mediatica delle competizioni maschili e femminili, si è visto come alcuni sport attraggano maggiore interesse rispetto ad altri o abbiano avuto dei risultati sportivi migliori.

Un successivo passo in avanti nella trattazione è lo studio delle variabili socio-demografiche relative ad alcuni sport per mostrare il ritratto dell'audience media durante le competizioni maschili e femminili: come detto in precedenza, il fine è quello di mostrare le caratteristiche generali dello spettatore medio, oltre che di quello più "appassionato". Tra tutti gli sport in programma ho scelto di analizzare la *Scherma*, il *Beach Volley* e i *Tuffi*: il primo è lo sport in cui l'Italia ha ottenuto il maggior numero di medaglie, mentre *Beach Volley* e *Tuffi* mostrano ottimi risultati in termini di AMR% rispettivamente negli eventi maschili e femminili.



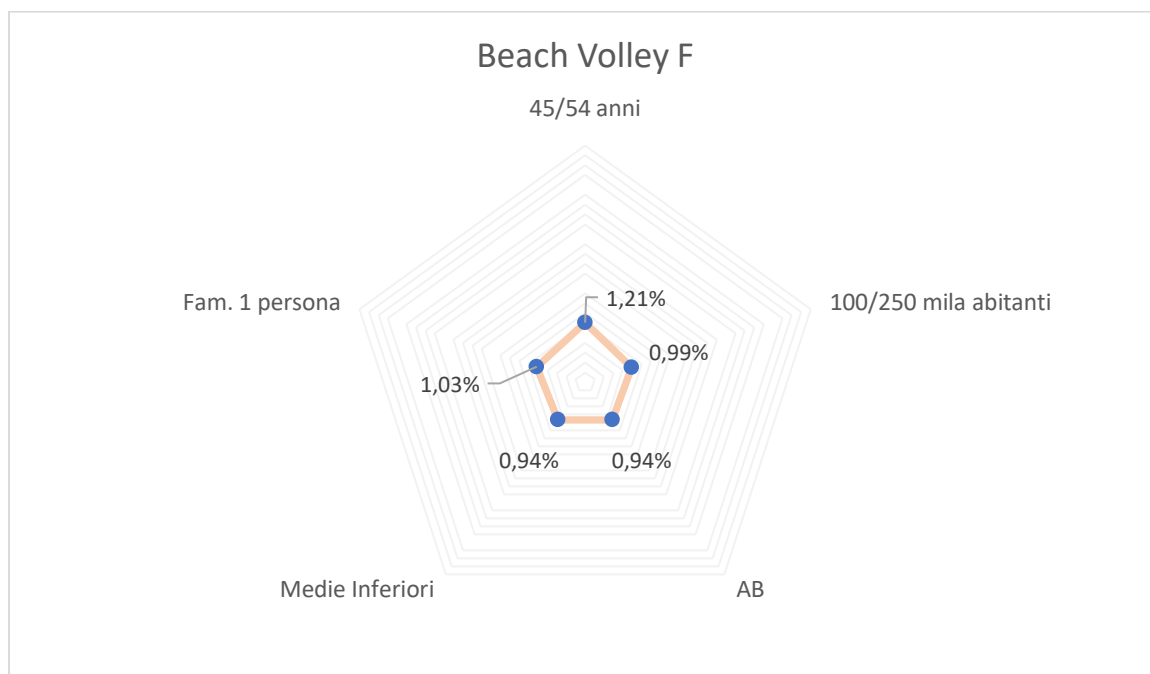


Fig. 4- Grafico Radar audience Beach Volley M e F (AMR%) – Mia rielaborazione

I due grafici relativi all'AMR % delle competizioni di *Beach Volley* mostrano delle notevoli differenze tra le variabili sociodemografiche relative alle due audience tipo: l'unico punto in comune si può riscontrare nella Condizione Socio-Economica che mostra per entrambi i gruppi un livello di Alto Reddito e Bassa Scolarità (per completezza va detto che riguardo il *Beach Volley Maschile* il livello AB mostra una percentuale pari a BA cioè Basso Reddito e Alta Scolarità); per il resto il pubblico del *Beach Volley Femminile* è più giovane (45/54 contro gli over 65), abita in città più grandi (da 100 a 250 mila abitanti mentre gli spettatori delle gare maschili abitano in città tra 10 e 100 mila abitanti), di contro il pubblico del *Beach Volley Maschile* è più istruito (maggior percentuale di Diplomatici mentre il pubblico delle gare femminili ha per la maggior parte la Licenza Media) e fa parte di nuclei familiari più grandi (2 persone contro quelli composti da una sola.



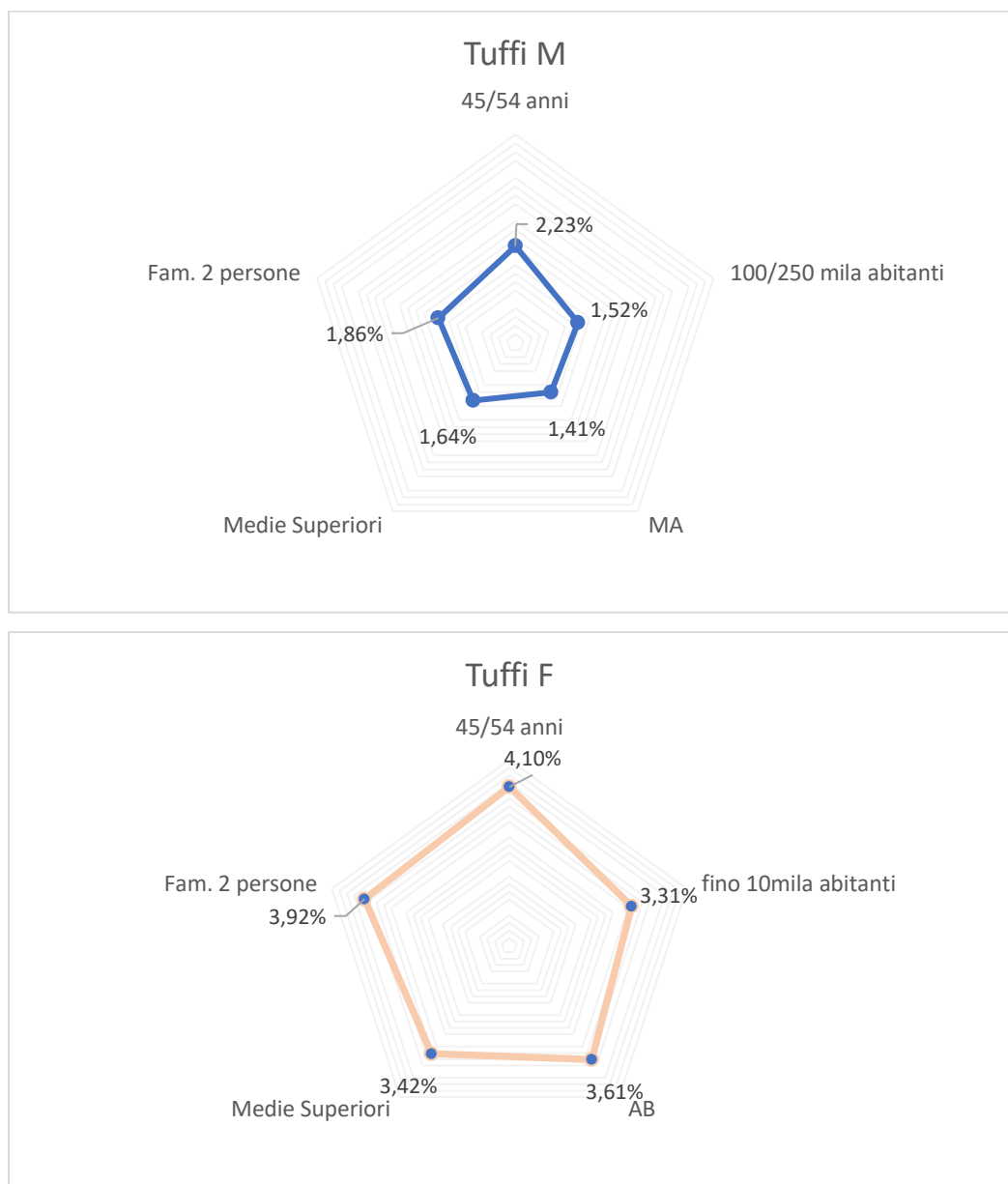


Fig. 5- Grafico Radar audience Tuffi M e F (AMR%) – Mia rielaborazione

Osservando, invece, i dati relativi il Rating percentuale delle gare maschili e femminili di Tuffi si nota come lo spettatore tipo abbia caratteristiche abbastanza omogenee nei due gruppi: infatti, appartiene alla stessa classe d'età, ha lo stesso livello di istruzione e ha il nucleo familiare della stessa grandezza; le uniche differenze riguardano la città di residenza e le Condizioni socio-economiche che collocano lo spettatore medio delle gare maschili ad un livello più alto.

Si può notare inoltre come in questo caso come le percentuali rilevate rispettino le preferenze generali dell'audience (che aveva preferito le gare

femminili di *Tuffi*): situazione analoga nel caso del *Beach Volley* con le gare maschili (con percentuali maggiori) preferite a quelle femminili.

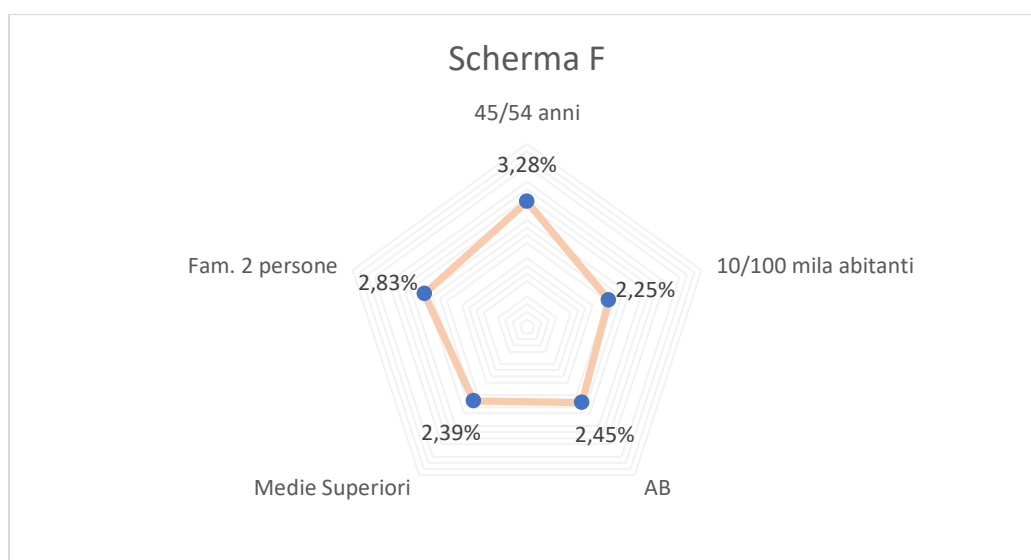
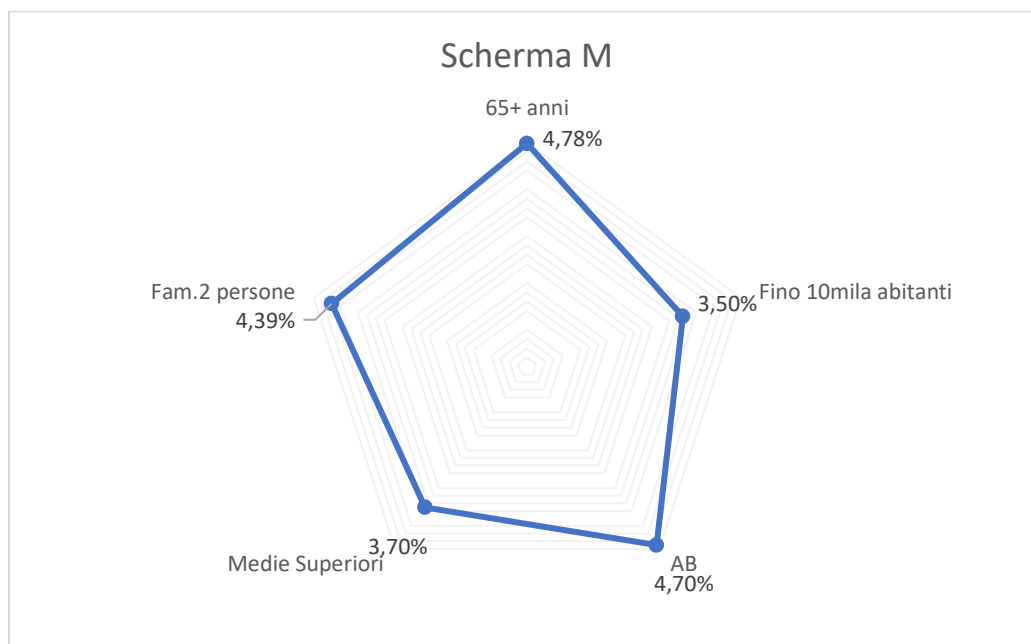


Fig. 6- Grafico Radar audience Scherma M e F (AMR%) – Mia rielaborazione

In ultimo, confrontando le gare maschili e femminili di *Scherma*, si può riscontrare una situazione simile all'audience tipo dei *Tuffi*: infatti, anche in questo caso i due grafici sono concordi per tre parametri. I due spettatori tipo hanno la stessa condizione socio-economica (Alto reddito e Bassa scolarità), stesso titolo di studio (Diploma) e stesse dimensioni di nucleo familiare (2 persone); i dati per la competizione di *Scherma Femminile* mostrano un età media inferiore (45/54 anni contro gli over 65) e una città

di residenza più grande (10/100 mila abitanti contro città fino a 10 mila abitanti).

## 5.1. La passione si può misurare?

Dopo avere mostrato il profilo dell'audience media relativa ai tre sport, in questo paragrafo analizzerò il profilo dello spettatore che ha seguito maggiormente gli eventi trasmessi.

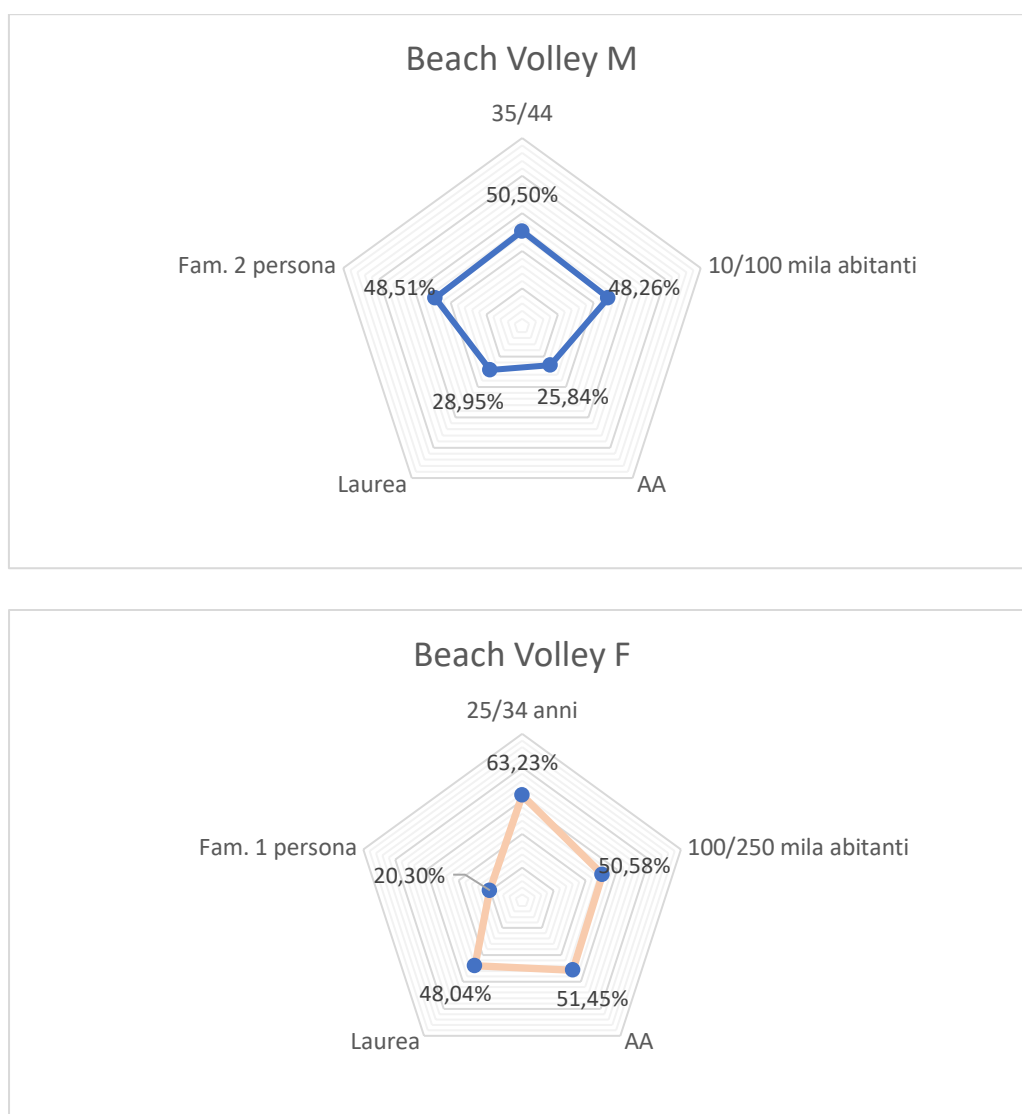


Fig. 7- Grafico Radar audience Beach Volley M e F (ATS%) – Mia rielaborazione

Emergono subito differenze con l'audience tipo analizzata nel precedente paragrafo: infatti è presente una popolazione più giovane (anche se differente tra maschile e Femminile), con un titolo di studio (Laurea) e una condizione Socio-Economica più elevata (Alto Reddito e Alta Scolarità).

Non risalta subito un gruppo che sia più appassionato di un altro; calcolando la media tra le percentuali relative alle cinque variabili risulta che il pubblico delle gare femminili abbia visionato il 46.4% degli eventi mentre il pubblico maschile il 40.4%, per cui si può affermare che il primo gruppo sia più “appassionato” a questo sport, nonostante entrambi i gruppi non abbiano assistito a più della metà di eventi trasmessi.

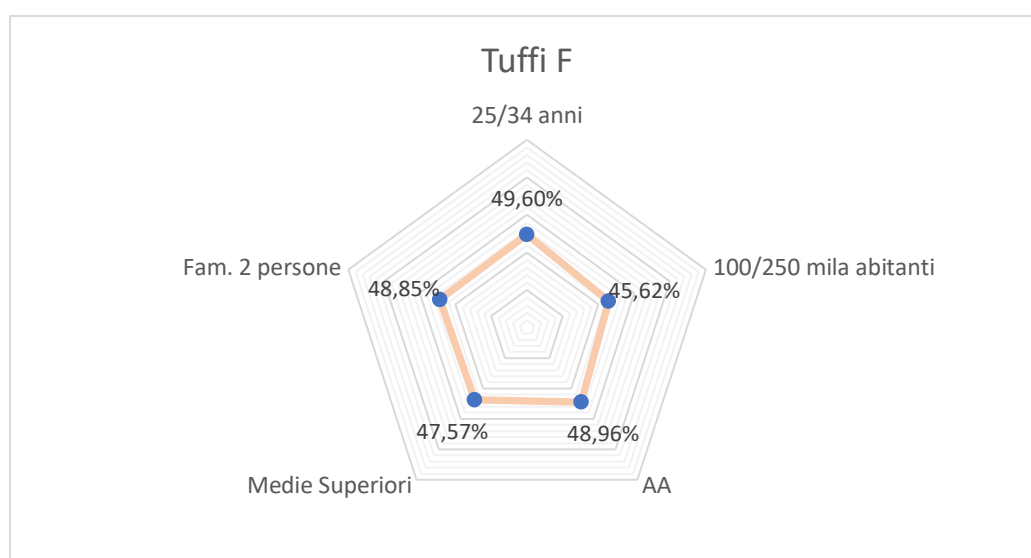
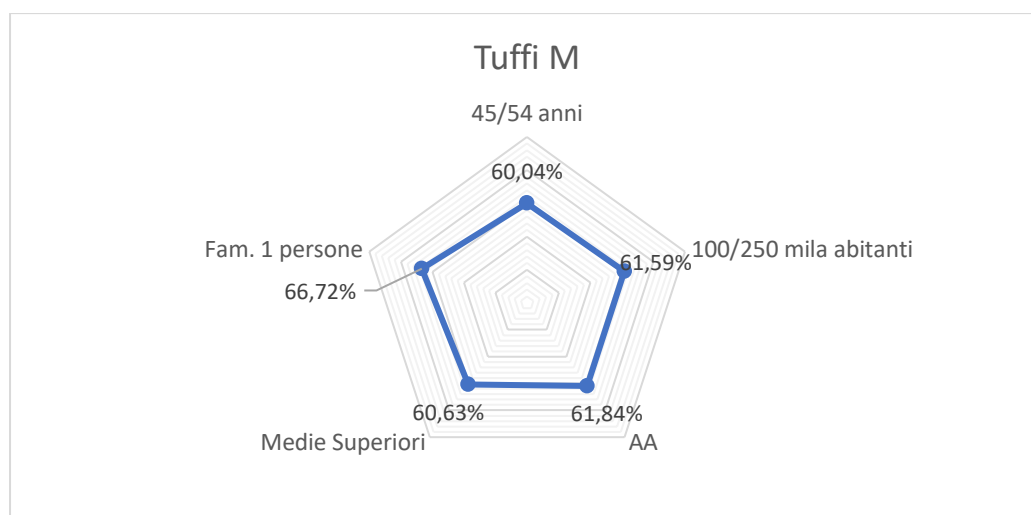


Fig. 8- Grafico Radar audience Tuffi M e F (ATS%) – Mia rielaborazione

Considerando il pubblico dei *Tuffi* in termini di percentuale di evento visto (**ATS%**), troviamo omogeneità tra gare maschili e femminili per quanto riguarda dimensioni della città di Residenza (da 100 a 250mila abitanti), Condizione Socio-Economica (Alto Reddito e Alta Scolarità) e Titolo di Studio (Medie Superiori): considerando le differenze gli appassionati delle

gare di Tuffi al femminile sono più giovani (25/34 anni contro i 45/54enni) e fanno parte di un nucleo familiare più ampio (2 persone contro 1 sola). Un ultimo confronto riguarda le percentuali delle variabili che portano ad affermare che il pubblico delle gare maschili di *Tuffi* è più “appassionato” rispetto a quello delle gare femminili per avere visionato una maggiore percentuale di eventi sportivi (62,16% di evento visto contro 48,10 dell’audience delle gare femminili).

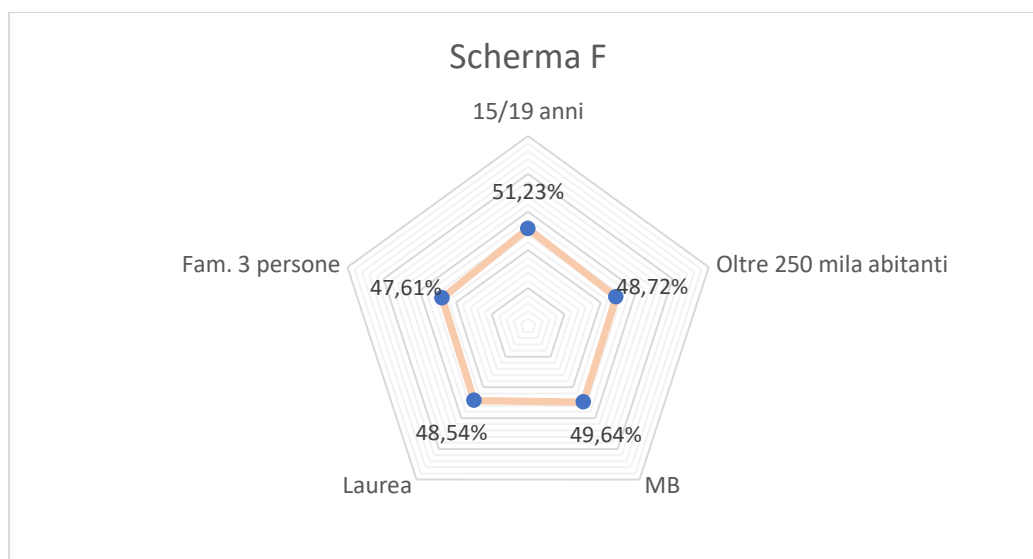
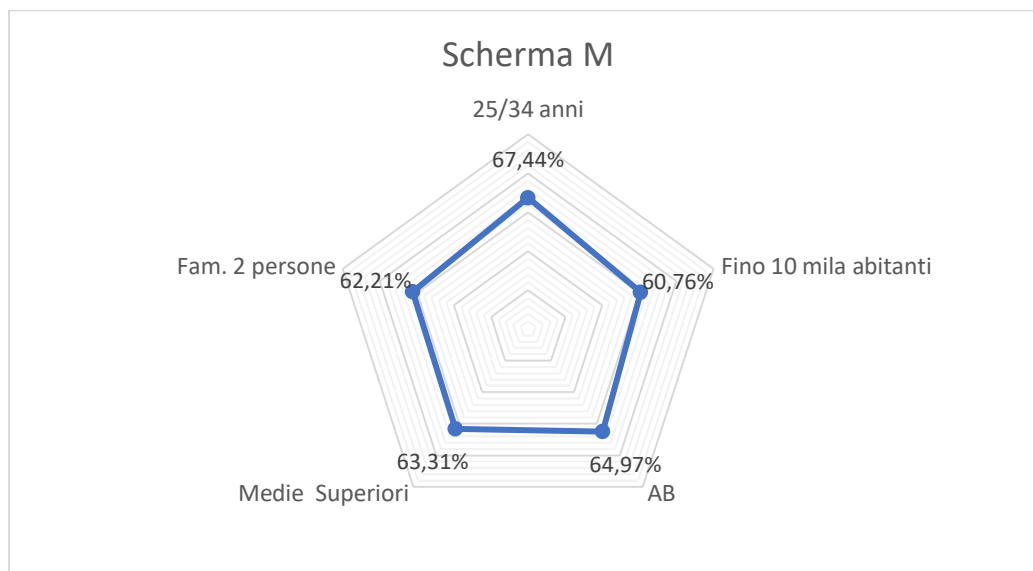


Fig. 9- Grafico Radar audience Scherma M e F (ATS%) – Mia rielaborazione

In questo ultimo confronto, sono riscontrabili due profili completamente diversi tra le gare maschili e femminili: un tratto in comune è la presenza del più bassa fascia d’età registrata per entrambi i gruppi (15/19enni per

la Scherma Femminile e 25/34enni per la Scherma Maschile). Ulteriori due novità sono state registrate nella *Scherma Femminile* riguardo le dimensioni della città di Residenza (oltre 250mila abitanti contro le più modeste dimensioni registrate per la *Scherma Maschile*) e del nucleo familiare (una famiglia di 3 persone contro un nucleo di 2 persone); nelle altre due variabili la Scherma Maschile mostra un titolo di studio più basso (Diploma mentre l'altro gruppo è rappresentato da Laureati) e una condizione socio-economica più elevata (Alto Reddito e Bassa Scolarità).

## 6. Conclusioni

si è visto che durante le Olimpiadi di Pechino 2008 gli sport maschili hanno avuto una maggiore esposizione televisiva rispetto alle competizioni femminili, come dimostra il tempo totale di trasmissione, precedentemente analizzato; dall'altro lato, però, sono proprio gli sport al femminile che mostrano elevate percentuali di fedeltà espositiva in termini di audience.

Altro dato particolare è anche il fatto che il contributo maggiore al medagliere italiano nell'edizione 2008 delle Olimpiadi è stato dato da atleti uomini: infatti su un totale di 28 medaglie<sup>6</sup>, ben 16 sono state vinte da atleti. Mi sarei aspettato che, in virtù di un maggiore successo sportivo, le attenzioni si spostassero maggiormente verso sport maschili.

Ciò porta a riflettere sul fatto che, nonostante gli sport al maschile siano visti come carichi di agonismo e l'atleta assuma quasi un ruolo da eroe, l'audience televisiva sia stata attratta maggiormente da competizioni femminili: ciò potrebbe derivare, oltre che dall'interesse verso campionesse come Valentina Vezzali o Federica Pellegrini, anche dall'orario di trasmissione delle competizioni femminili, poste dal palinsesto olimpico in orari spesso più favorevoli, quali il primo pomeriggio o la prima serata.

Ricapitolando lo studio approfondito riguardo *Scherma, Beach Volley e Tuffi*, è stato mostrato come il profilo dello spettatore tipo sia pressochè

<sup>6</sup> <http://www.coni.it/it/news-delle-vecchie-olimpiade/101-pechino-2008/6541-l-italia-nona-nel-medagliere-la-soddisfazione-del-presidente-petrucci-e-del-capomissione-pagnozzi.html>

omogeneo per ciascuno sport analizzato: per quanto riguarda le gare al femminile ritroviamo un soggetto tra i 45/54 anni, con Alto Reddito ma Bassa Scolarità, con un Titolo di Studio pari a un Diploma, e un nucleo familiare composto da 2 persone.

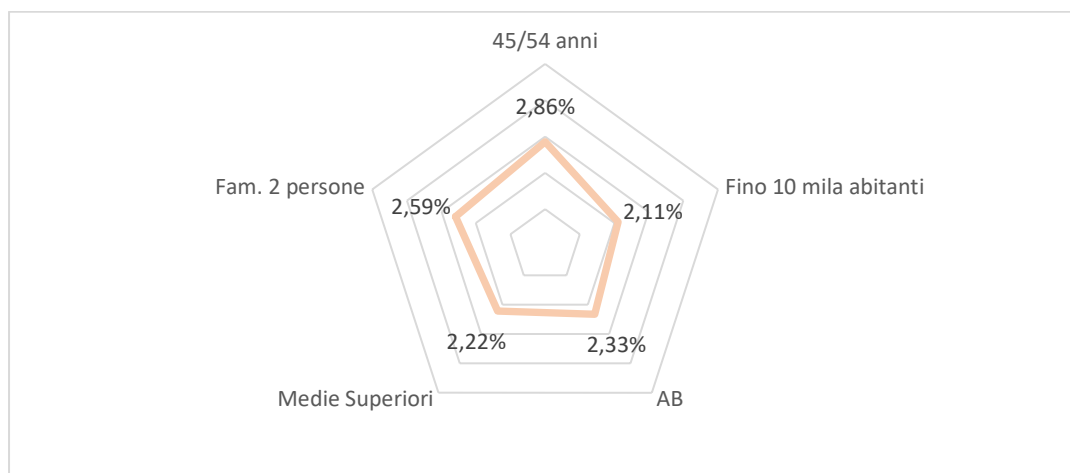


Fig. 10- Grafico Radar audience Gare F (AMR%) – Mia rielaborazione

Lo sport al maschile ha presentato omogeneità riguardo Titolo di studio e dimensione del nucleo familiare; a completare il profilo un'età media superiore ai 65 anni, una condizione socio-economica Medio-Alta (Reddito medio e Alta scolarità) e la residenza in una città medio-piccola.

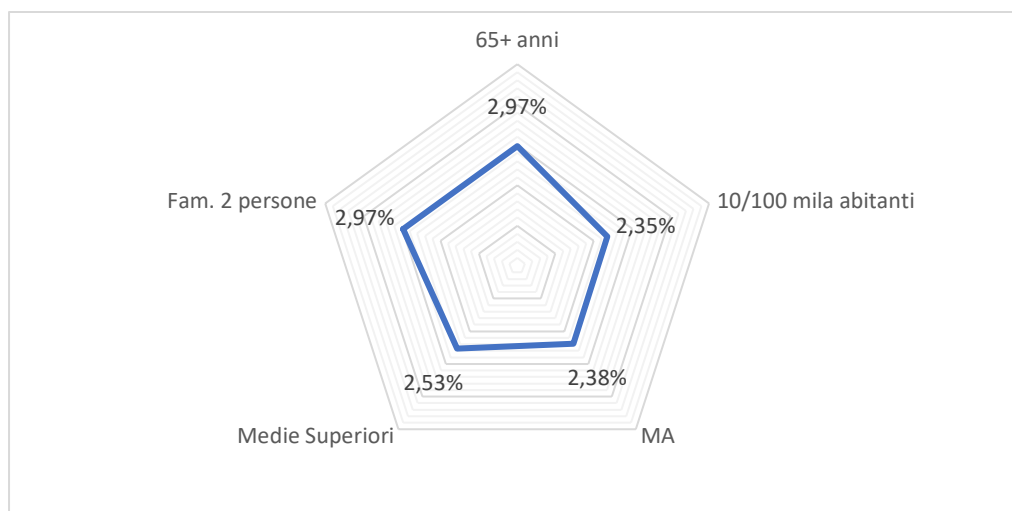


Fig. 11- Grafico Radar audience Gare M (AMR%) – Mia rielaborazione

Nello studio della “passione sportiva” relativa ai su citati sport sono risultate variabili sensibilmente diverse da quelle registrate per l’audience generale; si registra infatti un’età media molto bassa (25/34 anni per

entrambi i gruppi), residenza in una città medio-grande (tra i 100 e 250 mila abitanti) e con un tasso di Reddito Alto e Alta Scolarità: quest'ultima si traduce in Laurea per gli spettatori delle gare al femminile e in Diploma per i restanti, infine il nucleo familiare del primo gruppo rispecchia la media complessiva con due persone per famiglia mentre quello maschile è leggermente inferiore (1 solo componente).

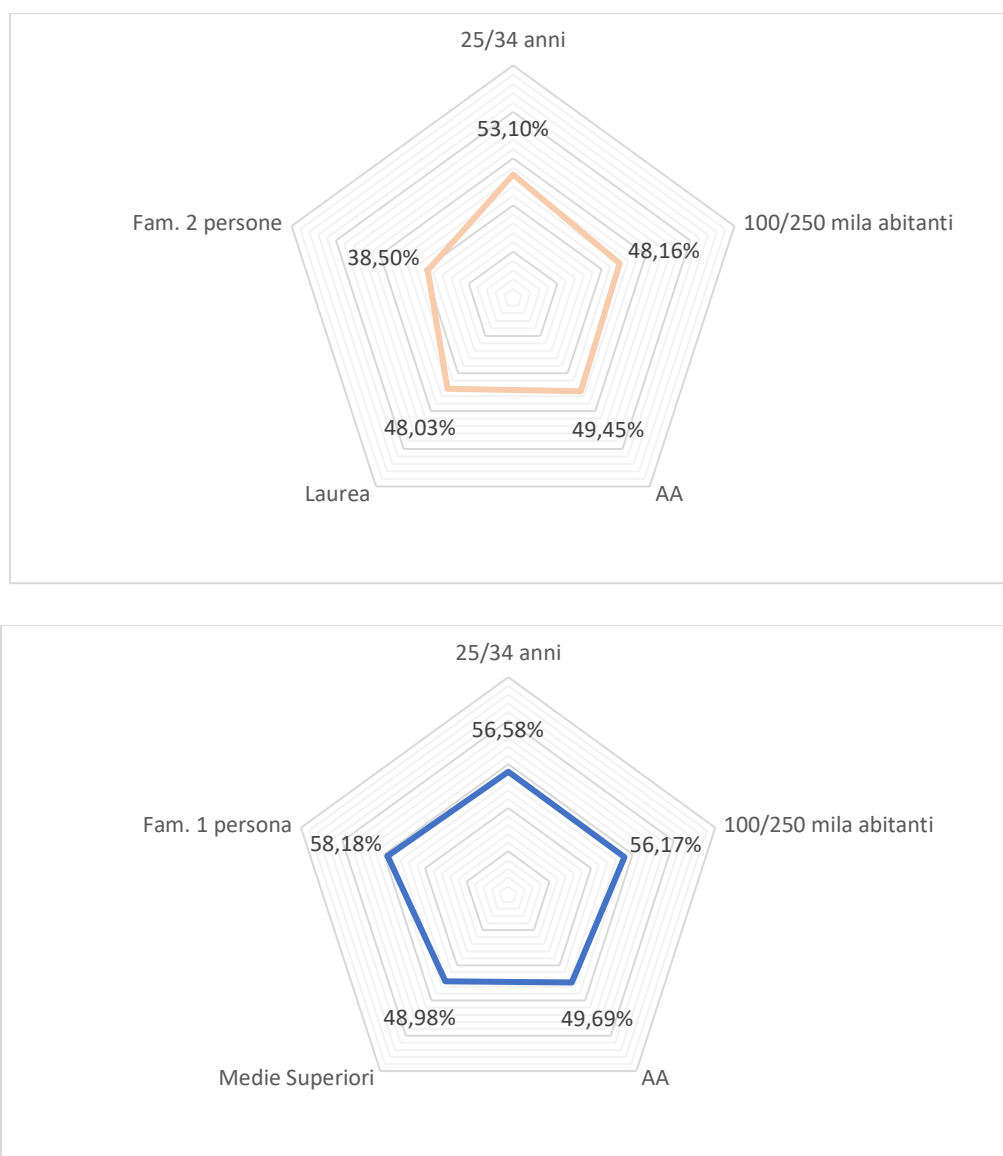


Fig. 12- Grafico Radar audience Gare M e F (ATS%) – Mia rielaborazione

In conclusione, possiamo affermare che, nonostante siano le gare femminili ad attirare la maggior parte dell'audience, il pubblico guardi per un maggiore tempo gli eventi maschili a dimostrazione di un maggiore interesse per questa tipologia di eventi.



## Riferimenti bibliografici

S. Martelli, Il Mondiale delle meraviglie, 2016

<http://www.calciofinanza.it/2016/08/23/ascolti-tv-olimpiadi-rio-2016-rai/>

[https://www.gazzetta.it/Olimpiadi/2012/pechino\\_2008.shtml](https://www.gazzetta.it/Olimpiadi/2012/pechino_2008.shtml)

<https://www.olympic.org/women-in-sport/background/statistics>

<http://www.coni.it/it/news-delle-vecchie-olimpiade/101-pechino-2008/6541-l-italia-nona-nel-medagliere-la-soddisfazione-del-presidente-petrucci-e-del-capomissione-pagnozzi.html>