

## Ruoli di genere e sfide online: Un'analisi del contenuto delle social media challenge sportive

*Roles de género y desafíos en línea: Un análisis de contenido de los desafíos deportivos de las redes sociales*

**Vittoria Azzarita**

*Sapienza Università di Roma*

**Marta Grasso**

*Sapienza Università di Roma*

**Maddalena Carbonari**

*Sapienza Università di Roma*

**Cosimo Miraglia**

*Sapienza Università di Roma*

<https://doi.org/10.61283/fx0cnm11>

Recepción: 18.11.2024

Aceptación: 02.12.2024

Publicación: 31.12.24

### ABSTRACT

This research investigates sports practices through the lens of gender on digital platforms. As they are involved in the construction of corporeality, sports tend to reproduce socially dominant values about what it means to be a woman or a man (Bifulco and Tuselli, 2017). Consequently, the notion that there are 'feminine sports' and 'masculine sports' is widespread (Channon, 2012, 2013; Channon and Jennings, 2014; Ferrero Camoletto and Topini, 2020; Matthews, 2011; Spencer, 2012). Specifically, this study focuses on sporting practices within the new phenomenon of social media challenges. These practices are strongly correlated with concepts such as competition and performance, where gender is also enacted. The aim is to explore to what extent these sports challenges reinforce predominant ideas about femininity and masculinity and in which cases they challenge them. Findings from a visual content analysis of 163 videos - shared on Facebook, Instagram, YouTube, and TikTok over the course of a year - show that these new challenges tend to perpetuate and promote traditional gender differences observed in sports practices, rather than contest them.

**KEYWORDS:** social media challenge, digital culture, femminilità, mascolinità, sport

### RESUMEN

Esta investigación indaga en las prácticas deportivas desde la perspectiva de género en las plataformas digitales. Al estar implicadas en la construcción de la corporalidad, las actividades deportivas tienden a reproducir valores socialmente dominantes sobre lo que significa ser mujer u hombre (Bifulco y Tuselli, 2017). En consecuencia, la noción de que existen “deportes femeninos” y “deportes masculinos” está muy extendida (Channon, 2012, 2013; Channon y Jennings, 2014; Ferrero Camoletto y Topini, 2020; Matthews, 2011; Spencer, 2012). En concreto, este estudio se centra en las prácticas deportivas dentro del nuevo fenómeno de los retos en las redes sociales. Estas prácticas están fuertemente correlacionadas con conceptos como la competición y el rendimiento, donde también se pone en juego el género. El objetivo es explorar en qué medida estos retos deportivos refuerzan las ideas predominantes sobre la feminidad y la masculinidad y en qué casos las desafían. Los resultados de un análisis de contenido visual de 163 videos, compartidos en Facebook, Instagram, YouTube y TikTok a lo largo de un año, muestran que estos nuevos desafíos tienden a perpetuar y promover las diferencias de género tradicionales observadas en las prácticas deportivas, en lugar de cuestionarlas.

**PALABRAS CLAVE:** desafío de las redes sociales; cultura digital; feminidad; masculinidad; deporte

## 1. Scenario

Uno degli ambiti sociali privilegiati in cui si definisce il genere è rappresentato dallo sport, in quanto dispositivo educativo che attiva processi di socializzazione e contribuisce alla costruzione delle identità, e nel quale tendono a riprodursi i valori dominanti che sostengono una classificazione binaria e non equilibrata dei generi (Bifulco, Tuselli, 2017; Chalabaev *et al.*, 2013). Così, le diverse aspettative legate alle differenze tra donne e uomini, spesso ricondotte alle peculiarità biologiche dei due sessi<sup>1</sup>, influenzano la partecipazione alle pratiche sportive e la loro categorizzazione in “sport femminili” e “sport maschili” (Channon, 2012, 2013; Channon, Jennings, 2014; Ferrero Camoletto, Topini, 2020; Matthews, 2011; Spencer, 2012).

Centrale, in questo senso, la diretta connessione tra sport e costruzione della corporeità: l’appropriatezza delle discipline è basata sulle caratteristiche e attitudini da queste richieste e sul tipo di fisicità che l’allenamento sviluppa. Qualità come forza, autonomia, tenacia e leadership, esercitate per esempio in sport di contatto come il rugby o il calcio, sarebbero appannaggio dei maschi (Bifulco, Tuselli, 2017); eleganza, grazia, agilità, armonia e flessibilità, sviluppate attraverso sport quali la ginnastica ritmica, l’aerobica o il pilates, sarebbero invece caratteristiche appropriate per le femmine (Chalabaev *et al.*, 2013; Connell, 1987; Weedon, 1999). In altre parole, per le donne è previsto un lavoro sul corpo tale da limitare lo sviluppo della forza fisica, giacché il loro aspetto risentirebbe di una eccessiva muscolatura, distante da standard estetici che rimandano al fascino e alla sensualità descritte da una prospettiva maschile (Bifulco, Tuselli, 2017), mentre agli uomini è richiesta prestantza fisica e potenza muscolare, tipici significanti culturali di virilità (Evans, 2006; Hargreaves, 1994).

La scelta degli individui di praticare una disciplina sportiva anziché un’altra tende quindi a essere influenzata dagli stereotipi di genere, secondo quello che Bem (1981) definisce “schema di genere”: in base ad esso, le persone sono portate a interpretare gli eventi e orientare i loro comportamenti in funzione della distinzione convenzionalmente costruita tra uomini e donne. Questo è vero soprattutto per gli individui “sessuati” (*sex-typed*), cioè i maschi maschili e le femmine femminili (*ibidem*), che codificano e organizzano le informazioni scegliendo attività conformi al loro sesso, più di quanto non facciano gli individui “non sessuati” (Chalabaev *et al.*, 2013).

Le differenti aspettative sociali legate al genere influenzano anche il ruolo che le pratiche sportive assumono nella società (Ferrero Camoletto, Topini, 2020; Messner, 1990). In particolare, gli sport tradizionalmente considerati di dominio maschile godono di maggior prestigio in termini di visibilità; gli sport femminili, invece, ricevono ancora una minore copertura mediatica sia in termini qualitativi che quantitativi (Duncan, Hasbrook, 1988;

---

<sup>1</sup> Il sesso, in quanto differenza biologica, ha dimostrato di essere in grado di prevedere solo il 5% della varianza nelle abilità fisiche (Eagly, 1995 in Chalabaev *et al.*, 2013). Inoltre, le differenze tra i generi nell’attività sportiva non informano riguardo alla loro origine, la quale può essere naturale ma anche ambientale (Wood, Eagly, 2012 in Chalabaev *et al.*, 2013). Sin dall’infanzia, infatti, i maschi sono più incoraggiati a praticare attività motorie rispetto a quanto lo siano le femmine (Hines 2004; Knisel *et al.*, 2009 in Chalabaev *et al.*, 2013).

Duncan, Messner, 2000; Eastman, Billings, 2001; EIGE, 2017; Kane, Lenskyj, 1998; Lee *et al.*, 2020; McKay, 1993; Dworkin, Messner, 2002). Nel contesto occidentale, le ricerche sul tema hanno evidenziato che i mezzi di comunicazione tradizionali (come la stampa e la televisione) tendono a sottorappresentare le sportive (Antunovic, Bartoluci, 2022; Braumüller *et al.*, 2020; Bruce, 2013; Lavoï, 2013; Toft, 2011). Diversi studi longitudinali hanno anche sottolineato che la copertura mediatica delle atlete è addirittura diminuita negli ultimi decenni (Cooky *et al.*, 2021; Weber, Carini, 2013). Non sorprende che gli sport tradizionalmente considerati di dominio maschile (ad esempio quelli associati a caratteristiche come la forza o la velocità) ma praticati da donne trovino nei media uno spazio nettamente inferiore rispetto a quello dedicato alle atlete in sport considerati tradizionalmente femminili (Kane, 1995; Lavoï, 2013). Inoltre, i media tendono a ritrarre le sportive come sessualizzate e oggettivate, perpetuando immagini stereotipate (Weber, Carini 2013). A questo proposito, la scarsa quantità e l'inadeguata qualità della copertura mediatica delle sportive sembrano essere in linea con l'idea tradizionale che i media sportivi siano un dominio maschile che produce una visione "by men, for men, and about men" (Bruce, 2013, p. 128).

Guardando all'universo delle piattaforme digitali, emerge un quadro simile: gli account delle principali reti sportive e del servizio pubblico in Europa, Stati Uniti, Canada e Regno Unito dedicano uno spazio quasi residuale agli sport praticati dalle donne (Cooky *et al.*, 2021; Rojas-Torrijos, Ramon, 2021; Romney, Johnson, 2020; Sheffer, 2020); quando le atlete sono presenti, inoltre, sono spesso mostrate accanto alle loro controparti maschili, come se lo sport femminile dovesse acquisire autorevolezza attraverso l'associazione con gli uomini (Burroughs *et al.*, 2022).

Nel complesso, la letteratura mostra la persistenza della disuguaglianza di genere e di modelli problematici di rappresentazione nei media, che rafforzano l'idea che esistano sport "femminili" e sport "maschili" e che questi ultimi godano di maggiore prestigio sociale.

Ciononostante, nel corso degli ultimi anni, si è assistito a diversi tentativi finalizzati a ridurre le disparità di genere nelle attività sportive, con la conseguente diversificazione delle discipline praticate dalle donne, anche quelle un tempo considerate prettamente maschili (Bifulco, Tuselli, 2017; Ferrero Camoletto, Topini, 2020), e l'emersione di attività che basano il proprio allenamento su concezioni paritarie del corpo di donne e uomini, come il crossfit (Bifulco, Tuselli, 2017).

La performance sportiva è da considerarsi, in questo senso, una messa in scena che ha valenza non solo fisica, ma anche simbolica e sociale. Gli sport si configurano, pertanto, sia come *gendered institutions*, fondate su relazioni di genere non equilibrate che, come tali, risentono nelle proprie strutture dei valori e delle concezioni dominanti di maschilità e femminilità, sia come *gendering institutions* che, invece, contribuiscono alla definizione del concetto stesso di genere, capaci, quindi, di ridefinirlo sovvertendo le narrazioni dominanti (Messner, 1990).

Se lo sport è da considerarsi quale messa in scena della corporeità, la sua rappresentazione avviene oggi anche tramite pratiche che sfruttano nuove potenzialità espressive fornite dalle piattaforme digitali. Fra le più recenti forme di partecipazione online, a imporsi

all'attenzione sono le social media challenge, fenomeno relativamente nuovo e poco indagato in cui il concetto di sfida è declinato in un'ottica ludica e creativa. Più precisamente, una social media challenge è un contenuto digitale, strutturato intorno all'idea della sfida, che invita utenti singoli o in gruppo a (re)interpretare creativamente una performance e a condividerla sui propri canali social (Burgess *et al.*, 2016; Schlaile *et al.*, 2018; Panarese, Azzarita, 2023).

In letteratura non si rintraccia ancora una definizione che le inquadri in modo generalizzabile né una classificazione delle differenti declinazioni che esse assumono nell'universo dei *social network sites*. Il fenomeno delle sfide online, infatti, ha conosciuto una rapida e globale diffusione (Burgess, Miller, Moore, 2018; Schlaile *et al.*, 2018; Wombacher, Reno, Veil, 2016), assumendo diverse configurazioni: dalle challenge ludiche a quelle a rischio (che hanno ottenuto una vasta copertura mediatica); da quelle solidali (come la Ice Bucket Challenge) a quelle con scopi commerciali e di marketing (Schlaile *et al.*, 2018; Wombacher, Reno, Veil, 2016).

Guardando alle dinamiche partecipative, secondo le (poche) indagini finora realizzate, la sfida è esperita attraverso meccanismi imitativi guidati da una tensione tra la volontà di rientrare in uno schema di normalità socialmente accettato e il desiderio di esprimere la propria individualità in modo distintivo e originale (Burgess, Miller, Moore, 2018; Carbonari, Miraglia 2023). Le sfide vengono interpretate come atti creativi e inclusivi, descritti in termini di divertimento (Giordano, Panarese, Parisi, 2016; Klug, 2020), felicità ed eccitazione (Burgess, Miller, Moore, 2018). Sono vissute come esperienze collettive (Giordano, Panarese, Parisi, 2016; Klug, 2020) attraverso cui interagire con gli altri ed esprimere, non sempre in modo consapevole (Giordano, Panarese, Parisi, 2016), la propria appartenenza sociale (Burgess, Miller, Moore 2018; Jarrar *et al.* 2020; Wombacher, Reno, Veil, 2016). In questa direzione, l'azione dei pari quale spinta alla partecipazione opera più in termini di influenza che non in quelli di pressione (Branley, Covey, 2018; Wombacher, Reno, Veil, 2016).

In tale contesto, le social media challenge sportive rappresentano un particolare tipo di sfida in cui i partecipanti esibiscono sia abilità fisiche trasversali a diverse discipline sia attività riconducibili a specifici sport. Alla luce di ciò risulta interessante indagare il rapporto tra sport e genere attraverso il fenomeno delle social media challenge che, per loro stessa natura, si rifanno ai concetti di sfida e performance in cui (anche) il genere viene messo in scena.

Come affermato da molti autori, lo sport è percepito come un "ambito conteso" che coinvolge gli ideali tradizionali delle capacità fisiche di uomini e donne, con il risultato che la partecipazione a specifiche discipline sportive è ancora orientata da norme e aspettative sociali (Sailors *et al.*, 2016). A questo proposito, il presente articolo indaga le sfide sportive sui social media con l'obiettivo di rilevare se esse si configurino come spazi e opportunità di *agency* in cui i partecipanti sfidano gli stereotipi di genere, contribuendo all'attuale dibattito sul rapporto socioculturale tra sport, genere e influenze dei media e della società sulla tipizzazione del genere sportivo (Xu *et al.*, 2021).

## 2. Obiettivi e metodo

Sulla base della letteratura di riferimento, l'obiettivo della nostra ricerca è quello di indagare le sfide sportive online in un'ottica di genere, focalizzando l'attenzione. Di conseguenza, le domande a cui si intende rispondere con il presente contributo sono le seguenti: le social media challenge sportive ripropongono le idee dominanti sulla femminilità e sulla mascolinità tipicamente presenti in ambito sportivo? Esistono casi in cui tali assunti vengono messi in discussione?

Rispetto a ciò, l'intento è esplorativo in quanto la letteratura sulle social media challenge è ancora molto limitata e non vi sono indicazioni sul ruolo che queste performance possono ricoprire come strumenti di (ri)negoziazione di norme sociali di genere.

Per raggiungere tali obiettivi, si è scelto di utilizzare come base di partenza un dataset di circa mille video<sup>2</sup>. I contenuti, condivisi su quattro piattaforme di social networking - Facebook, Instagram, TikTok e YouTube - nel periodo compreso tra il 1° gennaio 2020 e il 31 gennaio 2021, sono stati raccolti attraverso la tecnica del *webscraping*, utilizzando come *keywords* di riferimento: #challenge, #dares, #videochallenge, #viralchallenge, #socialchallenge, #socialdares, #viraldares, #viraltiktok, #tiktokchallenge, #riskychallenge, #dareschallenge, #challengeaccepted, #memeschallenge. Da tale dataset sono state selezionate solo le social media challenge censite come "sportive", di "abilità fisica" o "fitness", per un totale di 163 video. Questo numero è stato successivamente ridotto a 136 a seguito di un controllo che ha evidenziato la presenza di 7 contenuti non del tutto congrui con gli obiettivi delineati e in virtù del fatto che 20 video fossero stati rimossi dalle piattaforme e quindi non più disponibili per ulteriori approfondimenti.

Per indagare il corpus così composto, come metodo si è scelto di utilizzare l'analisi del contenuto di tipo visuale, in quanto appare il più appropriato per «[...] un'analisi che tenti di cogliere eventuali pregiudizi o modalità stereotipiche di rappresentazione di specifiche realtà o categorie sociali» (Losito, 1996: p.10). In linea con ciò, l'analisi del contenuto rappresenta una tecnica estremamente versatile, che consente di effettuare ricerche qualitative insieme a quelle quantitative (Faggiano, 2016), all'interno della stessa esperienza di ricerca. Infatti, la natura interpretativa di questo tipo di analisi permette di far emergere i "contenuti latenti" dei messaggi. Al ricercatore resta quindi il compito di penetrare la sfera dei significati più complessi, qualunque sia il tipo di messaggio e qualunque siano i codici comunicativi che lo generano (Losito, 1996).

È stata quindi creata una scheda di rilevazione, tramite la quale i contenuti audiovisivi sono stati categorizzati per tipo di sport e di challenge e per numero e genere dei partecipanti, insieme a una breve descrizione della performance creativa. In particolare, con riferimento al tipo di sport, è stato effettuato un controllo incrociato del processo di categorizzazione dei video relativi a diverse discipline sportive. Per quanto riguarda il

---

<sup>2</sup> I dati sono stati raccolti nell'ambito di un più ampio studio - condotto presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CoRis) della Sapienza, Università di Roma, sotto la supervisione scientifica della Prof.ssa Paola Panarese - volto a inquadrare il fenomeno delle social media challenge in ottica sociologica (Panarese, 2023).

genere dei partecipanti, questo è stato determinato valutando visivamente l'espressione di genere ed esaminando i pronomi utilizzati dai protagonisti delle sfide per descriversi, insieme al titolo e alla descrizione dei video. Poiché non è stato possibile verificare il genere degli utenti in modo diretto, si è optato per una codifica binaria uomo/donna, consapevoli della sua natura parziale e non pienamente rappresentativa.

L'analisi ha permesso innanzitutto di mappare le pratiche sportive messe in scena e (re)interpretate nei quattro *social network sites* presi in esame, sottolineando la presenza di una molteplicità di categorie, che spaziano dalle discipline di gruppo, come il calcio o il basket, alle attività che vertono sulla resistenza fisica o l'agilità del singolo. L'approfondimento di queste sfide sulla base del genere dei partecipanti ha permesso di verificare la corrispondenza o difformità con quanto riscontrato in letteratura in termini di sport "da maschi" e "da femmine" (Channon, 2012, 2013; Channon, Jennings, 2014; Ferrero Camoletto, Topini, 2020; Matthews, 2011; Spencer, 2012) e, di conseguenza, la lettura delle social media challenge sportive come *gendered e/o gendering institutions* (Ferrero Camoletto, Topini, 2020; Messner, 1990).

Nella presentazione dei principali risultati, particolare enfasi verrà data ai (pochi) casi di interesse in cui le norme di genere sono messe in discussione, ovvero vi sono soggetti femminili che si cimentano in "sport maschili" e viceversa.

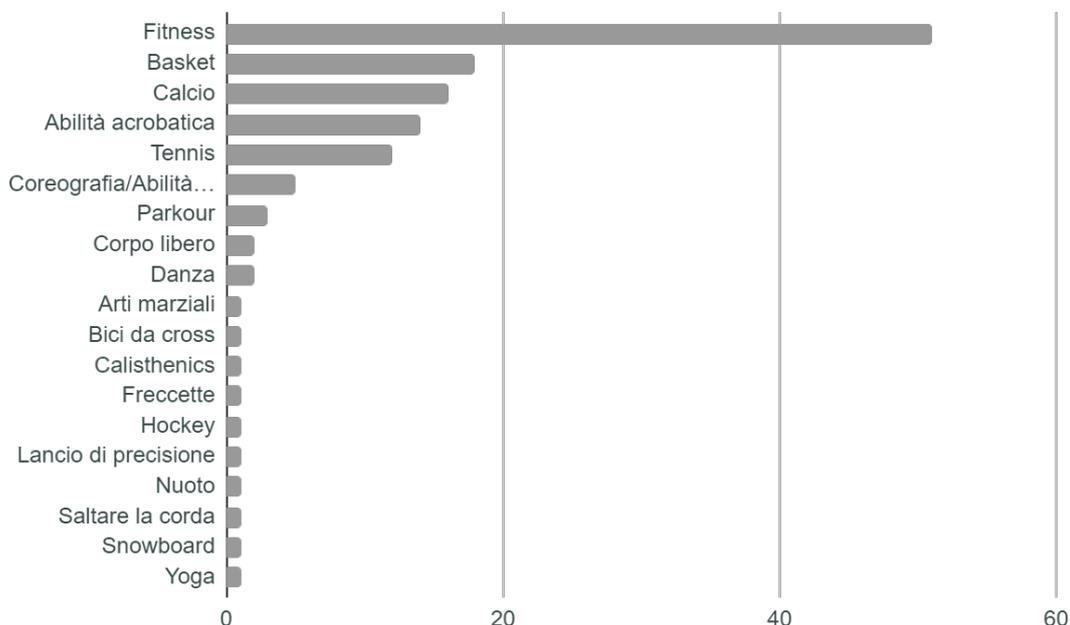
### 3. Risultati

I video analizzati mostrano una prevalenza di partecipanti maschili. Nella maggior parte dei casi (83), le sfide sono infatti realizzate da uomini, mentre sono meno frequenti i video che mettono in scena performance eseguite da donne (33) oppure da protagonisti di entrambi i generi (20). Al contempo, si registra un numero predominante di casi in cui coloro che prendono parte alle challenge sportive decidono di farlo individualmente (89); seguono i video con due partecipanti (30) e le performance in cui sono presenti tre o più persone (17).

A questo proposito, è interessante notare che, quando i video ritraggono due o più individui, vi sono dei casi, seppur rari, in cui non tutti i soggetti filmati partecipano alla sfida in maniera attiva, comparando sulla scena in qualità di spettatori.

Prendendo in considerazione le discipline sportive al centro delle challenge online esaminate, i dati mettono in evidenza come lo sport maggiormente rappresentato sia il fitness (51), seguito dal basket (18), dal calcio (16), da pratiche che richiedono specifiche abilità fisiche o acrobatiche (14) e dal tennis (12). Con numeri decisamente inferiori (da 5 a 1), sono presenti anche challenge connesse ad altre pratiche o attività sportive, come lo snowboard, il parkour, le arti marziali, e così via (cfr. Grafico 1).

Grafico 1 Numero di video per sport rappresentati nelle sfide sportive online (valori assoluti; N=136)



Fonte: nostra elaborazione

Dall'analisi, emergerebbe che le social media challenge sportive siano più comuni su piattaforme digitali come Facebook (49), TikTok (38) e YouTube (37), al contrario di quanto accade su Instagram (12). Infine, questo tipo di pratiche partecipative non evidenzia particolari distinzioni rispetto all'età, configurandosi come un fenomeno trasversale, che coinvolge un pubblico adulto, giovani, adolescenti, nonché bambini e bambine.

Con l'intento di approfondire la relazione tra i modelli dominanti di mascolinità e femminilità (Bifulco, Tuselli, 2017) e le sfide online a carattere sportivo, i dati sono stati analizzati in base al genere dei protagonisti. Per ciò che concerne i *social network sites* su cui i video sono stati postati, si rintracciano alcune differenze: se i video caricati su Facebook e YouTube mostrano sfide sportive realizzate da una schiacciante maggioranza maschile (37 vs 8 e 27 vs 2, rispettivamente), quelli pubblicati su TikTok presentano un più alto numero di performance messe in scena dalle partecipanti (18 vs 12). Su Instagram, invece, il numero di video con protagonisti maschili (7) e femminili (5) più o meno si equivale<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> I dati emersi circa il genere dei protagonisti dei video appaiono essere in linea con quanto rilevato da We Are Social e Hootsuite nel loro report *Digital 2022*. In particolare, gli utenti di Facebook sono prevalentemente uomini (56,6% vs 43,4%); quelli di TikTok sono a predominanza femminile (57% vs 43%); mentre su Instagram vi è solo una lieve differenza tra utenti maschili e femminili (51% vs 49%) (We Are Social, Hootsuite 2022).

Osservando le discipline sportive dal punto di vista del genere, è possibile mettere in luce la presenza di «sport considerati più maschili o più femminili (ovvero ritenuti più adatti alla partecipazione maschile o femminile)» (Ferrero Camoletto, Topini, 2020: p. 44) anche nelle social media challenge sportive. La nostra analisi rivela, infatti, come la quasi totalità dei partecipanti alle sfide online relative a sport quali il calcio e il basket siano uomini (con la presenza di rarissime eccezioni), confermando che tali sport continuano a connotarsi come “sport da maschi” pure negli ambienti digitali. Al contrario, appare alquanto anomalo il caso delle sfide sportive incentrate su esercizi connessi al tennis, una pratica tradizionalmente considerata “gender-neutral”, ossia adatta sia agli uomini che alle donne (Monaci, Veronesi, 2019). Tra i video analizzati, infatti, quelli che ritraggono la cosiddetta #20touchchallenge – una sfida in cui i partecipanti devono compiere venti palleggi con una racchetta da tennis e un rotolo di carta igienica - mostrano partecipanti esclusivamente maschili.

Tuttavia, al di là delle differenze di genere legate allo sport in generale e a specifiche discipline in particolare, una più alta presenza di protagonisti maschili nei video esaminati potrebbe essere una conseguenza del fatto che, come indicato da diversi studi, gli uomini tendono ad accettare con più facilità una sfida in quanto presentano livelli più elevati di competitività e di dominio (Pellegrini, Archer, 2005).

Una pratica sportiva che al contrario emerge come maggiormente bilanciata nella partecipazione di uomini e donne è il fitness<sup>4</sup>. In questo caso, si registra pressoché lo stesso numero di video con protagonisti maschili (22) e femminili (21), a cui si aggiungono ulteriori otto performance in cui sono presenti soggetti di entrambi i generi.

In questa direzione, sebbene il fitness abbia svolto un ruolo tutt’altro che secondario nell’aumento significativo dell’attività sportiva femminile negli ultimi decenni (Bifulco, Tuselli, 2017), i video analizzati mettono in luce l’esistenza di consolidati modelli di appropriatezza o inappropriata legati alle discipline praticate. A questo proposito, è interessante segnalare come, nell’ambito delle sfide sportive online connesse al fitness, alcune challenge denominate #stretchingchallenge oppure #legdaychallenge, caratterizzate da un chiaro rimando a proprietà tipicamente femminili quali l’agilità e l’elasticità, siano appannaggio esclusivo delle donne, contribuendo alla rappresentazione stereotipica e alla perpetuazione di uno standard estetico femminile (*Ibidem*). Al contempo, sfide di fitness legate alla forza muscolare e alla resistenza fisica (qualità che, come noto, rientrano nel novero delle proprietà tipicamente maschili), come la #pushupchallenge – in cui è richiesto ai partecipanti di eseguire quaranta push up consecutivi a ritmo di musica - e la “Fitness Challenge for Climbers” - cento trazioni, cento addominali, cento push up e cento squat nel minor tempo possibile – vedono una netta predominanza di partecipanti maschili.

<sup>4</sup> Sebbene non sia nostra intenzione, nell’ambito di questo articolo, avviare una discussione sulla nozione di fitness, è importante sottolineare che esso rappresenta un concetto sfocato, difficile da definire in modo unanime in quanto il termine è utilizzato in diverse discipline (come medicina, biologia, sociologia, economia, ecc.) con un significato specifico (Scheerder et al., 2020). Ai fini del presente studio, con fitness si intende «a general term embracing physical exercises, being either individual programmes or in-group classes [...] with the aim to train, develop and maintain the body and muscle groups in order to improve one’s physical condition, health and performance» (Ivi: pp. 11-13).

Nonostante il perdurare di distinzioni per genere, nell'ambito delle sfide sportive online legate al fitness, è possibile mettere in luce anche la presenza di un'attività che sembra rompere gli schemi, mettendo in discussione la concezione preponderante dell'esclusivo possesso maschile di specifiche abilità corporee. È il caso delle cosiddette #plankchallenge – che propongono l'esecuzione di una serie di esercizi che hanno l'obiettivo di mantenere il corpo in posizione prona, orizzontale, poggiandosi su avambracci, gomiti e piedi – in cui uomini e donne competono alla pari, con un approccio neutrale alla forza e alla resistenza, a volte esibendosi insieme in sfide di coppia o di gruppo. In base a tali caratteristiche, il “plank” sembra porsi come *genderless*, contribuendo a una ridefinizione dei concetti di mascolinità e femminilità che persistono ancora oggi nel panorama sportivo (Bifulco, Tuselli, 2017).

In linea con questa possibile apertura verso nuovi orizzonti, l'analisi ha messo in evidenza la presenza di otto performance in cui i soggetti che prendono parte a una sfida sportiva online mostrano un approccio non convenzionale al rapporto tra sport, corpo e identità di genere. Più nello specifico, vi sono sei casi in cui soggetti femminili partecipano a sfide connesse a sport considerati tradizionalmente maschili come il calcio, il basket e le arti marziali (Chalabaev *et al.*, 2013; Connell, 1987; Weedon, 1999), oppure a pratiche tipicamente associate a qualità e abilità maschili come la forza e la potenza (*Ibidem*). Interessante notare come nella performance relativa al calcio, il video mostri un ragazzo e una ragazza che compiono insieme gli stessi esercizi, lasciando trasparire una relazione non asimmetrica tra i generi. Ulteriore caso particolarmente significativo è quello relativo al video che ritrae una donna e un uomo impegnati in un esercizio ginnico che richiede specifiche abilità fisiche, in cui è la partecipante a tenere in equilibrio sulle ginocchia il partner, mostrando un esplicito ribaltamento dei ruoli e dei modelli di genere. Altrettanto indicativa è la performance che mostra una ragazza intenta a compiere un esercizio di “plank” con un altro soggetto femminile posto sopra di lei, trasmettendo un'idea di forza e un'immagine di resistenza fisica tipiche dell'immaginario maschile. In tutte e sei le performance, le protagoniste riescono a completare la sfida con successo, dimostrando che uomini e donne sono in grado di raggiungere gli stessi risultati (anche in determinate discipline sportive), al di là delle presunte caratteristiche e abilità associate al proprio genere di appartenenza.

Infine, sono due le performance in cui alcuni partecipanti maschili si cimentano con la cosiddetta #stretchingchallenge, che come abbiamo detto in precedenza presenta una forte connotazione femminile in quanto associata a caratteristiche quali l'agilità e l'elasticità. Se, in un caso, la sfida vede la partecipazione di un gruppo composto da due ragazze e due ragazzi che eseguono a turno l'esercizio, nell'altro, il partecipante sembra accettare la sfida con “ironia”, in quanto, non riuscendo a compiere l'esercizio richiesto (sollevare una gamba il più in alto possibile), si aiuta con un attrezzo per riuscire a completarlo.

Tali esempi, sebbene minoritari nel panorama delle social media challenge sportive analizzate, contribuiscono a mettere in evidenza che lo sport non è solo un'arena dove gli stereotipi di genere sono proposti e riprodotti, ma anche un ambiente in cui è possibile costruire forme di cambiamento, mettendo in scena nuovi modi di intendere il genere e i concetti stessi di femminilità e mascolinità.

## 5. Conclusioni

Dalla lettura complessiva dei dati emerge come le social media challenge sportive sembrino configurarsi più come *gendered* che come *gendering institutions*. Nei video esaminati, infatti, le tradizionali differenze di genere riscontrabili nello sport appaiono perpetuate piuttosto che messe in discussione attraverso l'adesione alle diverse sfide, talvolta anche in maniera esplicita, mediante il commento degli stessi protagonisti. È quanto accade, ad esempio, all'interno di uno dei video censiti, in cui si fa quasi divieto alle ragazze di prendere parte a una delle sfide, affermando «this challenge is for boys»<sup>5</sup>.

In questo senso, sebbene le piattaforme digitali abbiano permesso la nascita di spazi simbolici, espressivi e narrativi nei quali è possibile mettere in atto forme di auto-rappresentazione e di interazione un tempo impensabili (Cooper, Dzara, 2010; Farris, Compton, Herrera, 2020; Mowlabocus, 2010) e in cui si sviluppano nuove possibilità di agency (Burgess *et al.*, 2016; Scarcelli, Krijnen, Nixon, 2020), le social media challenge sportive non sembrano ancora essere state coinvolte a pieno in tale processo. Pur trattandosi di un fenomeno nuovo che trae origine da queste piattaforme, di fatto, i dati ci mostrano forme di adesione e rappresentazione di challenge sportive che non si discostano poi molto dai tradizionali stereotipi di genere.

Tuttavia, in un quadro che sembra riflettere quanto documentato offline, qualche elemento di novità c'è. All'interno dell'ambito del fitness, infatti, la #plankchallenge - che per le qualità richieste potrebbe inserirsi tra le attività connotate come "maschili" - sembra configurarsi invece come terreno neutro in cui competono sia uomini che donne, talvolta anche sfidandosi gli uni con le altre, ad indicare una parziale apertura verso nuovi concetti di corporeità.

Inoltre, seppure estremamente limitati numericamente (8 video su 136), vi sono dei casi caratterizzati dal tentativo di mettere in discussione le classiche norme di genere, che forniscono spunti e aprono vari scenari d'indagine. È da sottolineare come siano più i casi in cui sono le donne a fare incursione in sport a tradizionale prevalenza maschile (calcio, basket, arti marziali) che non il contrario, forse anche in relazione all'associazione diffusa tra sport e universo degli uomini (Bifulco, Tuselli, 2017). In questa direzione, come messo in evidenza dallo *European Institute for Gender Equality*, lo sport può essere utilizzato anche come mezzo per ridurre i divari di genere, aumentando ad esempio le opportunità per le donne e le ragazze di accedere a spazi pubblici dove possono riunirsi, sviluppare nuove competenze, ottenere il sostegno degli altri e godere della libertà di espressione e di movimento (EIGE, 2017). La connotazione dello sport quale *gendering institution* si riflette, ad esempio, in quanto sta accadendo nel settore del calcio femminile, dove si assiste a una progressiva accettazione e diffusione della disciplina praticata dalle donne per la presenza concomitante di tre fattori che si alimentano reciprocamente: l'interesse crescente da parte dei pubblici, l'aumento del numero di atlete professioniste e la maggiore copertura mediatica. Significativi in tal senso il "sold-out" per la partita di

---

<sup>5</sup> "LAST TO FALL IN THE POOL WINS \$10,000 CHALLENGE \*\*FREEZING\*\*" – Link al video: <https://www.youtube.com/watch?v=aFXhBpz6RHo>

calcio femminile disputata tra le squadre del Real Madrid e del Barcellona al Camp Nou (anche se forse ancora limitato a un contesto territoriale specifico), la recente notizia del completamento da parte del Consiglio Federale della Federazione Italiana Giuoco Calcio (FIGC) delle modifiche normative che consentono il passaggio al professionismo per la Serie A femminile a partire dalla stagione 2022/2023<sup>6</sup>, o l'ampio spazio ricevuto sui media dai Mondiali di Calcio femminile del 2019, che si sono svolti in Francia.

I risultati qui presentati vanno letti, comunque, tenendo conto dei limiti della ricerca. Primo fra tutti, il tema non è stato indagato utilizzando *keywords* specifiche relative alle challenge sportive, in quanto è stato utilizzato un dataset relativo a una indagine più ampia volta ad approfondire le sfide online nella loro accezione generale. Ne consegue una visione parziale e non rappresentativa del fenomeno nella sua interezza, che necessiterebbe di censimenti più mirati. In particolar modo, il dato sulle sfide relative al tennis (#20touchchallenge) che qui, contrariamente a quanto riscontrato in letteratura, appare come uno "sport maschile", potrebbe essere una distorsione causata dal fatto che l'hashtag specifico non è stato impiegato nella raccolta dei video, così come potrebbe derivare da una maggior propensione degli uomini a mettere in scena la propria identità di genere attraverso la dimensione della sfida (Messner, 1990; Pellegrini, Archer, 2005).

Altro aspetto che necessiterebbe di maggior attenzione è la presenza di uomini che si cimentano in sport tradizionalmente visti come "da femmine", in quanto lascia aperti alcuni interrogativi circa la possibilità che anche nelle social media challenge sportive si possano rintracciare fenomeni sia di *mansplaining*<sup>7</sup> (Solnit, 2014) sia di *menspreading*<sup>8</sup> (Jane, 2017), piuttosto che un'effettiva messa in discussione delle norme di genere. Tuttavia, il numero estremamente limitato di contenuti (due video) da noi rilevati non permette di espandere, in questa sede, la riflessione circa il significato che tale apparente "inversione" di ruoli potrebbe assumere, rappresentando una direzione che potrebbe essere interessante seguire in future ricerche.

Infine, partendo dalla consapevolezza che tramite l'analisi del contenuto si ottiene una visione solo parziale del fenomeno in oggetto, appare necessario sia leggere con maggiore profondità le unità di analisi raccolte sia ampliare lo studio con riferimento alla lettura che i pubblici fanno di questi contenuti. Proprio per ovviare a tale limite, lo step successivo della ricerca si focalizzerà sulle reazioni delle audience, con una particolare attenzione ai video in cui l'ordine di genere viene messo in discussione, per verificare

---

<sup>6</sup> Si veda a questo proposito, "Ufficiale: il calcio femminile passa al professionismo", SkySport, 26 aprile 2022, <https://sport.sky.it/calcio/femminile/2022/04/26/calcio-femminile-italia-professionismo>

<sup>7</sup> Con *mansplaining* si fa riferimento all'atto di spiegare qualcosa a qualcuno in modo paternalistico e arrogante. Nella maggior parte dei casi, è l'uomo che ricopre il ruolo di esperto, sentendosi più competente e qualificato e quindi autorizzato a impartire spiegazioni e insegnamenti, non richiesti, alle donne (Joyce *et al.*, 2021; Reagle, 2016; Weatherall, 2015).

<sup>8</sup> Inteso come un simbolo «of what is argued to be men's tendency to take up more than their fair share of literal and metaphorical social space» (Jane 2017, p. 460).

l'esistenza o meno di elementi sessisti o micromachisti<sup>9</sup>, anche in casi in cui non si rilevano forme di sprezzante e derisoria denigrazione verso i partecipanti alle challenge, con l'intento di capire in che misura, in queste nuove pratiche partecipative, si assista a una trasformazione e riarticolazione dei significati e dei concetti stessi di femminilità e mascolinità.

## Bibliografia

- Antunovic, D., Bartoluci, S. (2022). Sport, gender, and national interest during the Olympics: A comparative analysis of media representations in Central and Eastern Europe. *International Review for the Sociology of Sport*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/10126902221095686>
- Bem, S.L. (1981). Gender schema theory: a cognitive account of sex typing. *Psychological Review*, 88, 354-364. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-295X.88.4.354>
- Bifulco, L., Tuselli, A. (2017). Corpi sportivi e identità di genere. Il Crossfit. *La camera blu. Rivista di studi di genere*, (17), 254-282. <https://doi.org/10.6092/1827-9198/5389>
- Bonino, L. (1996). La violencia invisible en la pareja. *Ias. Jornadas de género en la sociedad actual*. Generalitat Valenciana: Valencia, 25-45.
- Branley, D.B., Covey, J. (2018). Risky behavior via social media: The role of reasoned and social reactive pathways. *Computers in Human Behavior*, 78, 183-191. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.036>
- Braumüller, B., Emberger, D., Hartmann-Tews, I. (2020). Gendered coverage of the Olympic Games in German print media: a longitudinal content analysis in the context of participation, success and disciplines. *European Journal for Sport and Society*. DOI: 10.1080/16138171.2020.1792086
- Bruce, T. (2013). Reflections on communication and sport: On women and femininities. *Communication and Sport*, 1(1-2), 125-137. doi:10.1177/216747951247288
- Burgess, A., Miller, V., Moore, S. (2018). Prestige, Performance and Social Pressure in Viral Challenge Memes: Neknomination, the Ice-Bucket Challenge and SmearForSmear as Imitative Encounters. *Sociology*, 52(5), 1035-1051. <https://doi.org/10.1177/0038038516680312>
- Burgess, J., Cassidy, E., Duguay, S., Light, B. (2016). Making digital cultures of gender and sexuality with social media. *Social Media and Society*, 2(4), 1-4. doi:10.1177/2056305116672487
- Burroughs, B., Malik, M., Johnson, R., Romney, M. (2022). Content analysis of biological sex-specific media coverage of sport: The case of National Collegiate Athletic Association athletic department home webpages. *International Review for the Sociology of Sport*, 57(5), 673-692. <https://doi.org/10.1177/10126902211029612>

---

<sup>9</sup> Con il termine micromachismo si intende un insieme di sottili, impercettibili e invisibili atteggiamenti sessisti e di disuguaglianza nei confronti delle donne (Bonino, 1996; Sue, 2010).

- Carbonari M., Miraglia C. (2023). *Le dinamiche di adesione alle sfide online*, in Panarese P. (a cura di). *Social Challenge. Forme, pratiche e rappresentazioni delle sfide negli ambienti digitali*, FrancoAngeli: Milano, 81-94.
- Chalabaev, A., Sarrazin, P., Fontayne, P., Boiché, J., Clément-Guillotin, C. (2013). The influence of sex stereotypes and gender roles on participation and performance in sport and exercise: Review and future directions. *Psychology of Sport and Exercise*, 14, 136-144. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2012.10.005>
- Channon, A. (2012). Western men and Eastern arts: The significance of Eastern martial arts disciplines in British men's narratives of masculinity. *Asia Pacific Journal of Sport and Social Science*, 1(2-3), 111-127. <https://doi.org/10.1080/21640599.2012.751170>
- Channon, A. (2013). Enter the discourse: Exploring the discursive roots of inclusivity in mixed-sex martial arts. *Sport in Society Journal*, 16(10), 1293-1308. <https://doi.org/10.1080/17430437.2013.790896>
- Channon, A., Jennings, G. (2014). Exploring embodiment through martial arts and combat sports: a review of empirical research. *Sport in Society Journal*, 17(6), 773-789. <https://doi.org/10.1080/17430437.2014.882906>
- Connell, R.W. (1987). *Gender and Power. Society, the Person and Sexual Politics*. Polity Press: Cambridge.
- Cooky C., Council L.D., Mears, M.A., et al. (2021). One and Done: The Long Eclipse of Women's Televised Sports, 1989–2019. *Communication & Sport*, 9(3), 347–371. <https://doi.org/10.1177/21674795211003524>
- Cooper, M., Dzara, K. (2010). *The Facebook revolution: LGBT identity and activism*. In Pullen, C., Cooper, M. (Eds.). *LGBT identity and online new media*, Routledge: New York, NY, 100-112. <https://doi.org/10.4324/9780203855430>
- Duncan, M.C., Hasbrook, C.A. (1988). Denial of Power in Televised Women's Sports. *Sociology of Sport Journal*, 5(2), 1-21. <https://doi.org/10.1123/ssj.5.1.1>
- Duncan, M.C., Messner, M.A. (2000). *Gender in Televised Sports: 1989, 1993, and 1999*. Amateur Athletic Foundation of Los Angeles: Los Angeles.
- Dworkin, S.L., Messner, M.A. (2002). Introduction: Gender relations and sport. *Sociological Perspectives*, 45(4), 347-352.
- Eagly, A. H. (1995). The science and politics of comparing women and men. *American Psychologist*, 50, 145e158. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.50.3.145>
- Eastman, S.T., Billings, A.C. (2001). Sportscasting and Sports Reporting: The Power of Gender Bias. *Journal of Sport and Social Issues*, 24(2), 192-213. <https://doi.org/10.1177/0193723500242006>
- EIGE (2017). *Gender Equality Index 2017: Measuring gender equality in the European Union 2005-2015 – Report*. <https://eige.europa.eu/publications/gender-equality-index-2017-measuring-gender-equality-european-union-2005-2015-report>
- Evans, B. (2006). “I’d feel ashamed’: Girls’ bodies and sports participation. *Gender, Place & Culture*, 13(5), 547-561. <https://doi.org/10.1080/09663690600858952>
- Faggiano, M.P. (2016). *L'analisi del contenuto di oggi e di ieri. Testi e contesti on e offline*. FrancoAngeli: Milano.

- Farris, D. Nicole, Compton, D' Lane R., Herrera, Andrea P. (2020). *Gender, Sexuality and Race in the Digital Age*. Springer: New York.
- Ferrero Camoletto, R., Topini, F. (2020). Che genere di sport? Fare e disfare il genere nelle pratiche sportive. *Riviste di Sessuologia*, 44 (1), 41-49.
- Giordano, V., Panarese P., Parisi, S. (2016) (a cura di). *Rischio, trasgressione, avventura. Esperienza e percezione del limite tra gli adolescenti*. Franco Angeli: Milano.
- Hargreaves, J. (1994). *Sporting Females. Critical issues in the history and sociology of women's sports*. Routledge: London & New York.
- Hines, M. (2004). Androgen, Estrogen, and Gender: Contributions of the Early Hormone Environment to Gender-Related Behavior, in Eagly, A. H., Beall, A. E., Sternberg, R. J. (Eds.), *The psychology of gender*, 9-37. The Guilford Press.
- Jane, E.A. (2017). 'Dude ... stop the spread': antagonism, agonism, and #manspreading on social media. *International Journal of Cultural Studies*, 20(5), 459-475. <https://doi.org/10.1177/1367877916637151>
- Jarrar, Y., Awobamise, A., Nnabuife, S., Nweke, G.E. (2020). Perception of Pranks on Social Media, Clout-Lighting. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 10(1), e202001. <https://doi.org/10.29333/ojcm/6280>
- Joyce, J.B., Huma, B., Ristimaki, H., Ferraz de Almeida, F., Doehring A. (2021). Speaking out against everyday sexism: Gender and epistemics in accusations of "mansplaining". *Feminism & Psychology*, 31(4) 502-529. <https://doi.org/10.1177/0959353520979499>
- Kane, M.J. (1995). Resistance/Transformation of the oppositional binary: Exposing sport as a continuum. *Journal of Sport and Social Issues*, 19(1), 191-218.
- Kane, M.J., Lenskyj, H. (1998). Media Treatment of Female Athletes: Issues of Gender and Sexualities. *MediaSport: Cultural Sensibilities and Sport in the Media Age*. Routledge: New York, 186-201. <https://doi.org/10.4324/9780203014059>
- Klug, D. (2020). It took me almost 30 minutes to practice this". Performance and Production Practices in Dance Challenge Videos on TikTok, ArXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2008.13040>
- Knisel, E., Opitz, S., Wossmann, M., Keteihuf, K. (2009). Sport motivation and physical activity of students in three European schools. *International Journal of Physical Education*, 46(2), 40-53.
- Lavoi, N.M. (2013). *Gender and Sport Media*, in Roper, E.A. (eds.), *Gender Relations in Sport*, Brill Academic Pub, 39-52.
- Lee, P., Westcott, K., Wray, I., Raviprakash, S. (2020). Women's sport gets down to business. On track for rising monetization. *Technology media and telecommunications predictions 2021*, 52-67.
- Losito, G. (1996). *L'analisi del contenuto nella ricerca sociale*. FrancoAngeli: Milano.
- Matthews, C.R. (2011). *The thrill of the fight: Sensuous experiences of boxing: Towards a sociology of violence*, PhD Thesis, Loughborough University.

- McKay, J. (1993). "Marked Men" and "Wanton Women": The Politics of Naming Sexual "Deviance" in Sport. *The Journal of Men's Studies*, 2(1), 69-87. <https://doi.org/10.3149/jms.0201.69>
- Messner, M.A. (1988). Sports and Male Domination: The Female Athlete as Contested Ideological Terrain. *Sociology of Sport Journal*, 5(3), 197-211. <https://doi.org/10.1123/ssj.5.3.197>
- Messner, M. (1989). Masculinities and Athletic Careers. *Gender and Society*, 3(1), 71-88. <http://www.jstor.org/stable/190040>
- Messner, M. (1990). Boyhood, organized sports, and the construction of masculinities. *Journal of Contemporary Ethnography*, 18(4), 416-444. <https://doi.org/10.1177/089124190018004003>
- Monaci, M.G., Veronesi, F. (2019). Getting angry when playing tennis: Gender differences and impact on performance. *Journal of Clinical Sport Psychology*, 13(1), 116-133. <https://doi.org/10.1123/jcsp.2017-0035>
- Mowlabocus, S. (2010). *Gaydar Culture: Gay Men, Technology and Embodiment in the Digital Age*, Ashgate:Farnham.
- Panarese, P. (2023), *Social Challenge. Forme, pratiche e rappresentazioni delle sfide negli ambienti digitali*, FrancoAngeli: Milano.
- Panarese P., Azzarita V. (2023). *Social media challenge. Definizioni, approcci e dimensioni prevalenti*, in Panarese P. (a cura di). *Social media challenge. Processi, attori e rappresentazioni delle sfide virali negli ambienti digitali*, FrancoAngeli: Milano.
- Pellegrini, A.D., Archer J. (2005). *Sex differences in competitive and aggressive behavior: A view from sexual selection theory*, in Ellis, B. J. Bjorklund, D.F. (Eds.) *Origins of the social mind: Evolutionary psychology and child development*, The Guilford Press: New York, 219-244.
- Reagle, J. (2016). The obligation to know: From FAQ to Feminism 101. *New Media & Society*, 18(5), 691-707. <https://doi.org/10.1177/1461444814545840>
- Rojas-Torrijos, J.L., Ramon, X. (2021). Exploring agenda diversity in European public service media sports desks: A comparative study of underrepresented disciplines, sportswomen and disabled athletes' coverage on Twitter. *Journalism Studies* 22(2), 225-242. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1809497>
- Romney, M., Johnson, R.G. (2020). The ball game is for the boys: The visual framing of female athletes on national sports networks' Instagram accounts. *Communication & Sport*, 8(6), 738-756. <https://doi.org/10.1177/2167479519836731>
- Sailors, P.R., Teetzel, S., Weaving, C. (2016). Core Workout: A Feminist Critique of Definitions, Hyperfemininity, and the Medicalization of Fitness. *IJFAB: International Journal of Feminist Approaches to Bioethics*, 9(2), 46-66. <https://doi.org/10.3138/ijfab.9.2.46>
- Scarcelli, C.M., Krijnen, T., Nixon, P. (2020). Sexuality, gender, media. Identity articulations in the contemporary media landscape. *Information, Communication & Society*, 24(8), 1063-1072. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1804603>
- Scheerder, J., Vehmas, H., Helsén, K. (2020). *The Rise and Size of the Fitness Industry in Europe. Fit for the Future?.* Palgrave Macmillan: London.

- Schlaile, M.P., Knausberg, T., Mueller, M., Zeman, J. (2018). Viral Ice Buckets: A Memetic Perspective on the ALS Ice Bucket Challenge's Diffusion, *Cogn. Syst. Res.*, 52, 947-969. <https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2018.09.012>
- Sheffer, M.L. (2020). New media, old ways: An analysis of sports media's depiction of female athletes on Instagram and Snapchat. *Journal of Sports Media*, 15(2), 31–50. <https://doi.org/10.1353/jsm.2020.0009>
- Spencer, D.C. (2012). Narratives of despair and loss: pain, injury and masculinity in the sport of mixed martial arts. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health Journal*, 4(1), 117-137. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2011.653499>
- Suárez Villegas, J. C., & Marín Conejo, S. (2023). Los reflejos del patriarcado en la comunicación. *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, (59), 13–23. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i59.01>
- Sue, D.W. (2010). *Microaggressions in Everyday Life: Race, Gender, and Sexual Orientation*. John Wiley & Sons: Hoboken, NJ.
- Toft, D. (2011, October 3). *New sports press survey: Newspapers focus narrowly on sports results*. *Play the game*. Disponible da: <http://www.playthegame.org/knowledge-bank/articles/new-sports-press-survey-newspapers-focus-narrowly-on-sports-results-5248.html>
- We Are Social and Hootsuite (2022). *Digital 2022. Global overview report. The essential guide to the world's connected behaviors*. Disponible da: <https://www.hootsuite.com/it/risorse/digital-trends>
- Weatherall, A. (2015). Sexism in Language and Talk-in-Interaction. *Journal of Language and Social Psychology*, 34(4). <https://doi.org/10.1177%2F0261927X15586574>
- Weber, J.D., Carini, R.M. (2013). Where are the female athletes in Sports Illustrated? A content analysis of covers (2000–2011). *International Review for the Sociology of Sport*, 48(2), 196–203. <https://doi.org/10.1177/1012690211434230>
- Weedon, C. (1999), *Feminism, Theory and the Politics of Difference*, Blackwell: Oxford.
- Wombacher, K., Reno, J.E., Veil (2016). NekkNominate: Social Norms, Social Media, and Binge Drinking. *Health Communication*, 32, 596-602. <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1146567>
- Xu, Q., Fan, M., Brown, K. A. (2021). Men's Sports or Women's Sports?: Gender Norms, Sports Participation, and Media Consumption as Predictors of Sports Gender Typing in China. *Communication & Sport*. 9(2), 264–286. <https://doi.org/10.1177/2167479519860209>