

*Se non potete essere un pino sulla vetta del monte,
siate un cespuglio nella valle, ma siate
il miglior piccolo cespuglio sulla sponda del ruscello.*

Siate un cespuglio se non potete essere un albero.

Se non potete essere una via maestra, siate un sentiero.

*Se non potete essere il sole, siate una stella,
non con la mole vincete o fallite.*

Siate il meglio di qualunque cosa siate.

*Cercate ardentemente di scoprire
a cosa siete chiamati,
e poi mettetevi a farlo appassionatamente.*

M. L. King, La forza di amare, SEI

INDICE

PRESENTAZIONE

1. INTRODUZIONE.....	1
1.1. La gravidanza come evento sociale	
1.2. Panoramica sui social network	
1.3. La ricerca di informazioni riguardanti la salute sui social network	
1.4. Il ruolo dei professionisti sanitari sui social network	
1.5. L'utilizzo dei social network in gravidanza	
1.6. L'utilizzo dei social network durante il travaglio e il parto	
1.7. Obiettivi dello studio	
2. MATERIALI E METODI.....	17
2.1. Campione, luoghi, tempi, metodo e strumenti	
2.2. Metodi per l'analisi statistica descrittiva ed inferenziale	
3. RISULTATI.....	24
3.1. Analisi descrittiva del campione	
3.2. I principali motivi per cui si utilizzano i social network in gravidanza	
3.2.1. Rispondere ai dubbi inerenti alla gravidanza e al suo decorso attraverso i social network	
3.2.2. I social network maggiormente utilizzati in gravidanza	
3.2.3. Confronto tra i social network e le altre fonti di informazione utilizzate durante l'epoca gestazionale	
3.3. L'opinione delle donne sull'utilità dei social network durante la gravidanza	
3.4. Confronto tra i corsi d'accompagnamento alla nascita e i social network	
3.5. L'utilizzo dei social network durante il travaglio e il parto	
3.5.1. Relazione tra utilizzo e influenza dei social network ed esito del parto	
3.5.2. Effetti positivi e negativi ottenuti dal loro utilizzo	
3.5.3. Condivisione sui social network dell'evento nascita	

3.6. Utilità e veridicità delle informazioni acquisite in gravidanza e soddisfazione riguardo all'utilizzo dei social network

4. DISCUSSIONE.....	56
4.1. I social network in gravidanza	
4.2. I social network durante il travaglio e il parto	
5. CONCLUSIONI.....	62
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA.....	65
ALLEGATI.....	68
RINGRAZIAMENTI.....	74

PRESENTAZIONE

Da circa qualche decennio il mondo dei social network è approdato all'interno della nostra quotidianità e da allora la presenza di queste piattaforme è sempre più in crescita e di interesse pubblico. I social media rappresentano uno spazio virtuale dalle mille risorse, tra cui la possibilità di ottenere informazioni riguardanti la propria salute; questa nuova abitudine va a rimodellare le dinamiche all'interno della sanità, la quale deve sempre più interfacciarsi con un'utenza influenzata dai contenuti letti sui social media.

L'idea di questa ricerca nasce dal presupposto che tale condotta possa condizionare nello specifico anche coloro che stanno vivendo uno dei momenti di transizione più importanti nella società: il passaggio da donna a madre.

L'obiettivo di questo studio è indagare l'influenza dei social network sulla gravidanza, il travaglio e il parto con il fine di promuovere un corretto utilizzo di queste piattaforme sia da parte dell'utenza sia da parte dei professionisti sanitari.

Dopo un'attenta analisi della letteratura, l'argomento si rivela attuale e, al tempo stesso, carente dal punto di vista bibliografico, dando la possibilità di studiare il fenomeno nel modo più completo e innovativo possibile.

A tal proposito, l'indagine si è svolta attraverso la somministrazione di due questionari distribuiti in due contesti e momenti differenti: il primo era indirizzato a coloro che si trovano in gravidanza, mentre il secondo era riservato alle donne che avevano partorito. Questa scelta è stata adottata in modo da poter raccogliere dei dati che rispecchiassero il più possibile l'esperienza di ogni donna senza che ci fossero eventuali interferenze date da altri contesti.

Da questo studio è emerso che la tendenza dei social network è in costante aumento anche tra le donne in dolce attesa: tali piattaforme si sono rivelate essere tra le fonti di informazione maggiormente utilizzate, nonché un valido strumento di aiuto per la maggior parte delle partecipanti.

In questo contesto, diviene interessante approfondire ulteriormente andando a ricercare un'eventuale correlazione tra l'utilizzo dei social network in gravidanza e la partecipazione ai corsi d'accompagnamento alla nascita.

Dai risultati si è visto che non esiste, nel nostro campione, alcun legame tra l'utilizzo dei

social media e la partecipazione o meno ai corsi preparto; tuttavia, parte delle donne ha affermato che le informazioni presenti sui social network sono simili alle nozioni che vengono erogate tramite i corsi preparto.

Per quanto concerne l'utilizzo dei social network durante il travaglio e il parto, è stato riscontrato che la maggior parte delle intervistate non li ha utilizzati affatto e che la loro influenza, negativa o positiva, non è correlata all'esito del parto.

La ricerca si conclude con un resoconto sulle considerazioni delle donne riguardo alla loro esperienza, constatando che la maggior parte di loro consiglierebbe l'utilizzo dei social network soprattutto per ricevere conforto e sostegno da parte di altre coppie. Ricerche future potrebbero essere volte a identificare aspetti aggiuntivi andando a estendere il fenomeno a un campione numericamente maggiore.

Su questa base, si consiglia ai professionisti della salute di ricercare costantemente quali siano le esigenze e i bisogni dei propri pazienti senza sottovalutare la potenzialità dei social network come fonte di divulgazione e promozione della salute.

1. INTRODUZIONE

1.1 LA GRAVIDANZA COME EVENTO SOCIALE

La gravidanza è un processo che invita a cedere alla forza invisibile che si nasconde nella vita (Judy Ford)

La gravidanza rappresenta il periodo di transizione più affascinante all'interno della società, la sua evoluzione viene scandita dal susseguirsi dei mesi che rimodellano e perfezionano un corpo, una psiche e un'anima a tal punto da ridimensionare i bisogni e l'istinto di una donna.

È un tempo di cambiamento, di preparazione, di introspezione che non può semplicemente essere riassunto in un lasso temporale di nove mesi; all'interno di ogni donna si viene a creare uno spazio temporale unico e inconfondibile dove lei soltanto ha il potere di attribuire il giusto tempo a ciò che le sta accadendo.

È un evento dall'importante impatto emotivo che incuriosisce anche chi non è coinvolto in prima persona o magari non ha il desiderio di diventare genitore; contemporaneamente, stimola sempre più coloro che conoscono la materia e che hanno l'onore di assistere e accogliere una nuova vita tra le loro mani.

La gravidanza e la nascita narrano la storia di una donna che rinasce come madre, di un uomo che rinasce come padre e di un feto che viene al mondo e diventa neonato. La metamorfosi non rimane confinata all'interno di questa diade, ormai divenuta triade: attorno al nucleo emergono altri protagonisti che si sentono parte integrante di questo processo rivoluzionario, un insieme di individui a cui possono appartenere i nonni, gli zii, i cugini, un fratello o una sorella e, in generale, chiunque si senta diverso e rinato dopo aver accolto nella sua vita la nascita di un nuovo essere. L'arrivo di un bambino è un fatto sociale e proprio la comunità interviene dettando convenzioni, scelte, tradizioni, ma anche regolamenti e leggi; ogni luogo e ogni tempo esprimono una cultura della maternità e della paternità che riflettono, in modo più o meno coerente, i valori dominanti^[1].



Fotografia di Eva Rose, Oslo

Una donna che si prepara a diventare madre intraprende un cammino fatto di cambiamenti fisici e somatici, neuroendocrini e psicologici, familiari e sociali: già in questi mesi nasce in lei un istinto di accudimento che la portano a cambiare prospettiva, i suoi bisogni entrano in armonia con quelli della sua creatura, l'anima di suo figlio abita in lei, sono in simbiosi totale. Non sempre però diventa semplice costruire un nuovo equilibrio dove la donna sia libera di manifestare il proprio sentire, in lei infatti agiscono due istinti innati: uno di autorealizzazione (*affermazione individuale*) e un altro di appartenenza a un gruppo (*affermazione sociale*).

L'istinto di autorealizzazione porta verso il sapere arcaico della riproduzione, proprio del patrimonio biologico di ogni donna, conduce alla ricerca di un posto sicuro che permetta a lei e alla sua creatura di essere ascoltate, rispettate e protette da interferenze e pericoli. L'istinto sociale invece è molto più razionale, si costruisce attorno alla comunità frequentata da ogni donna, la quale può sentirsi in dovere di dimostrarsi sempre socialmente valida; più che una persona in trasformazione viene vista come portatrice di un bambino e tutto il suo sentire viene messo così a tacere.

La paura viene fomentata e l'invasione autorizzata, la donna subisce pressioni sociali di ogni tipo: esami, controlli, paure indotte sulla presunta normalità o adeguatezza sociale del proprio bambino^[2]. Questo può essere uno dei tanti motivi per cui una donna in dolce attesa è spinta dal desiderio di conoscere quali siano i cambiamenti che lei e la sua creatura stanno vivendo, quali siano gli eventi che la accompagneranno nella venuta al mondo di suo figlio, come cambierà la propria vita e quali saranno le nuove dinamiche che seguiranno la triade dopo la nascita.

La ricerca di risposte può essere mossa da semplice curiosità, tipica soprattutto in chi sta affrontando la prima gravidanza; altre volte, invece, l'opinione non richiesta di terzi può far scaturire dubbi e ansie che spingono a cercare chiarimenti il più presto possibile. La gravidanza è di fatto uno degli eventi più esposto a questo rischio, dato che in molti si sentono in dovere di esprimere il loro punto di vista attraverso una serie di domande che possono mettere in difficoltà la coppia.

Con l'evoluzione della società si è evoluta anche l'idea sociale della gravidanza e insieme ad essa si sono modernizzate le usanze e i costumi legati alla maternità e alla paternità. Nel secolo scorso, i paradigmi legati alla gravidanza erano influenzati dalle tradizioni che

ogni famiglia tramandava di generazione in generazione, ma con il nuovo millennio e l'avvento dei social network assume una nuova connotazione: non si tratta più di un evento che rimane circoscritto all'interno del nucleo familiare ma diventa oggetto di condivisione pubblica con i più, una vera e propria *affermazione sociale*.

La decisione di condividere questi aspetti su piattaforme digitali è (come del resto lo sono tutte le decisioni che riguardano la gravidanza) una prerogativa dei genitori che non dovrebbe mai essere messa a giudizio da nessun altro, ma purtroppo il rischio principale dei social network è proprio quello di sentirsi giudicati e di essere influenzati sulle proprie scelte da parte di chi magari legge per la prima volta il nostro nome.

Al tempo stesso però, i social media possono rivelarsi essere un buon strumento di sostegno in particolare quando si è travolti da quei momenti burrascosi tipici della gravidanza, attimi in cui c'è bisogno di un ascolto attivo del proprio sentire e spesso, soprattutto per coloro che non hanno al loro fianco delle valide figure di supporto, il mezzo più semplice e immediato è proprio lo smartphone.

1.2 PANORAMICA SUI SOCIAL NETWORK

Con l'espressione social network si identifica un servizio informatico on line che permette la realizzazione di reti sociali virtuali. Si tratta di siti internet o tecnologie che consentono agli utenti di condividere contenuti testuali, immagini, video e audio e di interagire tra loro^[3] (*Enciclopedia Treccani*).

I social network arrivano in questo mondo nel lontano 1997 con il lancio di SixDegrees, il primo fra tutti e oggi probabilmente sconosciuto ai più; all'epoca della sua nascita non era ancora stato coniato il termine social network e la prima piattaforma ad essere definita tale fu Friendster, progettata nel 2002, la cui fuoriuscita nel mercato diede inizio alla vera e lenta ascesa dei social media^[4]. I social network, infatti, iniziano gradualmente a insediarsi nella nostra vita; all'inizio rappresentano uno spazio virtuale difficile da contestualizzare nella realtà, fino ad arrivare al decennio scorso dove piattaforme come Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, Telegram e tanti altri ancora iniziano a far parte della nostra quotidianità. L'elenco precedente contiene soltanto alcune delle applicazioni che possiamo aver scaricato nel nostro smartphone ma nel mercato, ogni giorno, cresce in modo esponenziale la presenza di nuovi social network in attesa di poter

accedere alla nostra vita virtuale. Possiamo dedurre come il mondo dei social network sia in costante evoluzione: piattaforme che nascono, vengono popolate e man mano abbandonate dagli utenti che inseguono la novità e il “social del momento”^[4].

La tendenza dei social network è sempre più in crescita e di interesse pubblico, recentemente è diventata anche oggetto di studio e son diverse le banche dati che tengono aggiornati i numeri di utenti che partecipano attivamente.

La piattaforma internet DataReportal è stata progettata per aiutare le persone e le organizzazioni di tutto il mondo a trovare i dati, gli approfondimenti e le tendenze inerenti all'utilizzo di Internet e dei social network; ogni anno vengono pubblicati dei report che riportano i dati aggiornati, sia a livello mondiale sia per ogni nazione, relativi al loro utilizzo. Il rapporto “Digital 2021” riguardante l'Italia fornisce i dati rilevati fino al 31 dicembre 2020 e quindi relativi all'anno precedente, analizzando brevemente anche le tendenze di Internet e dei social network a livello globale^[5]. Tramite questa analisi si può notare come siano cambiate le abitudini degli italiani e il loro approccio al web, in particolare è interessante osservare come sia aumentato il numero di utenti dopo l'avvento della pandemia di COVID-19, esplosa in Italia tra febbraio e marzo 2020.

Nel 2020 l'Italia si conferma un paese connesso con più di 50 milioni di abitanti collegati a Internet e con un trend di adozione in crescita anche per quanto riguarda le piattaforme social e le nuove tecnologie. È stato registrato un aumento rispetto alla rilevazione del 2019 (ovvero il “Digital 2020”), la percentuale degli utenti connessi a Internet è infatti aumentata del 2.2% e non è solamente la quantità di persone presenti a crescere ma anche il tempo passato online: ogni giorno si passano 6 ore e 22 minuti connessi a Internet e il 93.2% delle persone che vi accedono lo fa tramite il proprio cellulare^[5] (Fig.1).

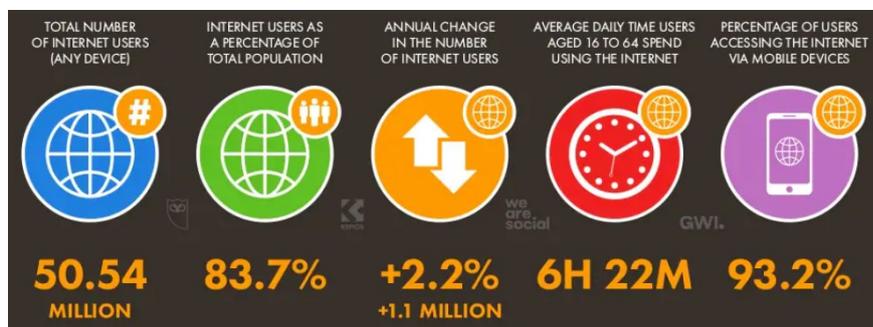


Fig.1
Panoramica dell'uso di Internet – DataReportal (2021), Digital 2021 Italy

Internet si è guadagnato negli anni la reputazione di essere un mezzo unico nel suo genere, permette infatti di svolgere migliaia di funzioni e di scoprire informazioni di ogni tipo; i suoi utenti però stanno in allerta per quanto riguarda la disinformazione e le *fake news* confermando di avere un'ampia consapevolezza sul tema: il 53.7% ha espresso preoccupazione per questa tematica e il 35.6% ha aggiunto di averne anche per ciò che concerne il trattamento dei dati personali da parte delle piattaforme e delle aziende^[5].

In quanto all'utilizzo dei social network, nel 2020 circa 41 milioni di italiani sono stati attivi con un aumento del 5.7% rispetto all'anno precedente, tra questi il 98.2% ha utilizzato il cellulare per accedervi^[5] (Fig.2).

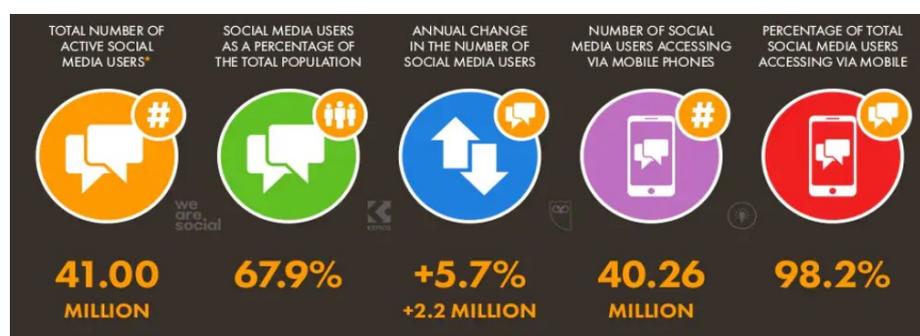


Fig.2
Panoramica dell'uso dei social network – DataReportal (2021), Digital 2021 Italy

Una crescita che aumenta di anno in anno fa intuire il ruolo che i social network stanno acquisendo all'interno della società, la quale è sempre più influenzata dai mille contenuti che si possono trovare in queste piattaforme. Gli utenti spendono in media circa un'ora e 52 minuti sui social network e si stima che ognuno di loro abbia almeno 7 diversi account fra questi^[5]. Tra i social network più utilizzati, al primo posto con l'85.3% c'è YouTube e a seguire la famiglia di app di Facebook (WhatsApp, Facebook, Instagram e Messenger, nell'ordine). Rispetto ai dati dell'anno precedente^[6], non si notano grandi differenze: in linea generale c'è stato un lieve incremento di WhatsApp, con un salto dal 83% all'85.2%, e di Instagram, che è passato dal 64% al 67%; per gli altri social invece è diminuito di poco il loro utilizzo, ad eccezione di Facebook la cui percentuale (80.4%) è rimasta pressoché identica a quella del 2019 riconfermandosi il capostipite dei social media^{[5][6]}. Altri social media come Twitter, LinkedIn, Pinterest e Twitch non hanno subito significativi cambiamenti e il loro utilizzo si mantiene stabile con una percentuale che oscilla tra il 15% e il 33%^{[5][6]}. Continua invece il progressivo disuso di social network

come Snapchat, WeChat, Tumblr e Reddit^{[5][6]}; piattaforme con funzionalità e scopi diversi ma probabilmente unite dalla stessa sorte di finire nel dimenticatoio. Infine prosegue incessantemente il successo di Tik Tok raggiungendo nel 2020 un'adozione del 23.9%, un valore in salita rispetto all'11% registrato l'anno prima^{[5][6]}, testimone del fatto che presumibilmente è promesso ad un destino florido e longevo, proprio come la famiglia dei social network di Facebook.

Il dibattito sull'impatto che internet e, in particolare, i social network hanno sulla vita delle persone e sulla realtà sociale è quanto mai attuale e interessante; studiare questo fenomeno durante la gravidanza, il travaglio e il parto può rivelarsi utile, sia per coloro che si accingono ad utilizzarli sia per i professionisti del settore materno-infantile che dovranno assistere sempre più persone influenzate dai social network.

1.3 LA RICERCA DI INFORMAZIONI RIGUARDANTI LA SALUTE SUI SOCIAL NETWORK

L'ambito sanitario è, insieme all'ambiente, un campo in cui la comunicazione ha ricevuto negli anni una crescente attenzione, grazie all'adozione di strumenti tecnologici e linguaggi innovativi nonché il maggior interesse delle persone per la propria salute. La comunicazione di quest'ultima si colloca all'interno di quel macrosettore di studi che, a livello internazionale, viene definito con il termine di *health communication*^[7].



L'*health communication* rappresenta una disciplina ad ampio raggio che si occupa di studiare i processi e le pratiche comunicative relative alla salute, sia dal punto di vista individuale che collettivo: dalla comunicazione delle strutture di ricovero al rapporto medico-paziente, dalle decisioni della politica sui temi sanitari ai prodotti mediali, dalla relazione coi *caregivers* agli spazi sul Web (Bradley Wright, Sparks, O'Hair, 2013)^[7]. Le ricerche su Internet sui temi sanitari e sulla salute sono oggi una pratica che accumuna milioni di persone connesse in gran parte del mondo, attivando dei percorsi di senso, di speranza o di paura a tutti noi^[7]. I social network offrono un ampio spazio per gli interventi di salute pubblica, consentendo la comunicazione con un vasto pubblico tramite

L'utilizzo di strumenti generalmente gratuiti e di facile utilizzo. Diversi possono essere i motivi per cui si scelgono di utilizzare i social network per ottenere delle informazioni sanitarie: dall'allattamento al seno all'uso del preservativo, dalla qualità della dieta all'aderenza ai farmaci, dagli screening ai test medici, dall'attività fisica all'uso del tabacco e altri motivi ancora. Gli studi affermano che gli interventi sui social media che mirano ad aumentare l'attività fisica possono essere efficaci e in generale possono migliorare il benessere^[8].

C'è stato un crescente interesse nella comprensione degli effetti dei social network sul comportamento correlato alla salute; in particolare è stato dimostrato un intervento significativo per alcune tematiche di rilievo come la salute sessuale, l'abuso di alcol, il benessere, il cambiamento dell'emoglobina glicata (HbA1c) e la cessazione del fumo suggerendo che tali interventi sui social media possano essere efficaci sia a breve termine (<6 mesi) che a lungo termine (>6 mesi)^[9].

I social network stanno diventando parte integrante dell'educazione sanitaria e di una più ampia promozione della salute: il supporto sociale, la situazione dei pari e la condivisione delle informazioni nelle comunità online possono influenzare i comportamenti sanitari. Se ci fossero effetti positivi e duraturi, tali piattaforme potrebbero aumentare l'efficacia e l'efficienza di molte campagne di salute pubblica ma i soli social media, tuttavia, potrebbero essere insufficienti per promuovere la salute. Inoltre, potrebbero esserci conseguenze non intenzionali e potenzialmente dannose inerenti a informazioni imprecise o fuorvianti^[10].

Prima della nascita e dello sviluppo della comunicazione pubblica, i temi della salute venivano veicolati principalmente dai professionisti sanitari, depositari di conoscenze specialistiche di diagnosi e di cura, e si articolavano all'interno delle reti interpersonali^[7]. I comportamenti di ricerca delle informazioni sulla salute hanno acquisito maggiore importanza e visibilità con il progresso di Internet e degli ambienti digitali; inoltre il crescente tasso di adozione degli smartphone, che ha favorito la grande espansione dei social media, ha portato a considerare tali piattaforme non solo come canali dove ricercare e condividere informazioni sulla salute, ma anche come ambienti in cui far emergere la propria voce nel rapporto con i pari, con i medici e le organizzazioni sanitarie^[7].

Diverse possono essere le cause che invogliano a consultare Internet e i social network

per cercare informazioni relative alla salute: dall'insoddisfazione di un trattamento alla paura di una diagnosi, dal bisogno di ottenere più spiegazioni alla condivisione della propria situazione con i simili, dall'incomprensione di un termine medico alla ricerca di un altro professionista che scongiuri una triste realtà che ci è stata detta.

All'interno di questo quadro è interessante andare ad analizzare i dati raccolti in ambito italiano: in Italia nel 2020 circa il 53.5%^[11] degli italiani ha utilizzato Internet per cercare informazioni sanitarie, la Liguria è la regione con la percentuale maggiore (58.7%) mentre in Calabria abbiamo il tasso più basso (36.8%); nelle Marche, in particolare, il 52.9% ha usufruito di Internet per cercare informazioni sulla salute^[11].

Inoltre, è da sottolineare la distribuzione dell'età in funzione all'utilizzo di Internet per cercare informazioni sanitarie: nella *Tabella 1* sono stati riportati i dati Istat del 2020^[12] inerenti alla distribuzione percentuale per classi d'età sia sul totale della popolazione sia soltanto per la popolazione femminile; si può notare come almeno una donna su due abbia utilizzato Internet per cercare informazioni sulla salute.

Utenti di Internet che hanno cercato informazioni sanitarie – 2020		
Classi di età (anni)	Totale della popolazione	Solo donne
18-19	51.2%	57.5%
20-24	49.4%	59.1%
25-34	58.3%	64.9%
35-44	61.4%	67.3%

Tabella 1
Distribuzione percentuale degli utenti di Internet per classi d'età, dati Istat 2020

Il web assume un'importante rilevanza in queste fasce d'età ed è interessante osservare come Internet e i social media siano canali e ambienti comunicativi che non interessano soltanto le fasce più giovani della popolazione ma stiano, al contrario, subentrando maggiormente in quelle più adulte.

Vista la progressiva evoluzione della comunicazione digitale e l'uso crescente dei social media come primo strumento di informazione in caso di emergenza^[7], diviene necessario inquadrare il ruolo che possono rivestire i professionisti sanitari all'interno di questa realtà, con l'obiettivo di garantire un'adeguata assistenza agli utenti e, allo stesso tempo, proteggerli da eventuali *fake news* e piattaforme fittizie.

1.4 IL RUOLO DEI PROFESSIONISTI SANITARI SUI SOCIAL NETWORK

Mentre il mondo continua ad avanzare tecnologicamente, i social media stanno diventando una parte essenziale della vita di miliardi di persone influenzando quasi tutti i settori immaginabili; tra questi c'è anche quello dell'industria sanitaria che, ormai da tempo, ha iniziato ad utilizzare i social network come un importante canale per la promozione della salute e dell'assistenza sanitaria. I professionisti che scelgono i social network come strumento per divulgare le proprie conoscenze e per adempiere al loro lavoro sono vincolati a principi etici nei confronti dei loro colleghi, dei pazienti e del pubblico, nel mondo reale tanto quanto nel mondo digitale^[13].

I professionisti e le strutture sanitarie che sfruttano tali piattaforme non devono venir meno al proprio codice deontologico, avendo quindi cura di fornire eventuali consulenze nel rispetto della loro professione con il fine di garantire informazioni adeguate che permettano al paziente di discernere la verità dal falso. Approda quindi in questa realtà un nuovo tipo di assistenza sanitaria multidimensionale, comprendente l'associazione dell'assistenza sanitaria tradizionale con l'utilizzo dei social network e altre forme di comunicazione, dimostrando di avere molto successo^[13]. È importante trovare il giusto equilibrio tra l'assistenza sanitaria digitale e quella tradizionale, con l'obiettivo di incentivare l'utilizzo corretto di reti online di dialogo tra i pazienti e gli operatori sanitari: ciò, infatti, può favorire una maggiore comprensione clinica del consumo dei social media e delle sue influenze.

In alcuni contesti l'assistenza sanitaria multidimensionale è stata concretizzata tramite l'introduzione dei servizi sanitari online che integrano efficacemente le cure mediche tradizionali utilizzando le piattaforme digitali come mezzo di somministrazione; il loro sviluppo dipende dalle interazioni prolungate tra operatori sanitari e pazienti, pertanto, è necessario comprendere le richieste e i vantaggi delle parti interessate in questo rapporto di assistenza^[14]. I pazienti decidono di partecipare alle interazioni online per diversi fattori, come l'accessibilità diretta agli operatori sanitari, l'autogestione e la necessità di risolvere bisogni insoddisfatti e, al tempo stesso, gli operatori sanitari scelgono di approcciarsi tramite queste piattaforme per promuovere l'educazione del paziente,

portare a termine esigenze di carriera ma anche per l'autopromozione. Tale confronto può avere conseguenze positive, come ad esempio l'*empowerment* del paziente e la promozione della salute, ma con il rischio costante di acquisire delle risposte incerte o la violazione della privacy^[14].

Nella realtà dei social network, il ruolo dei professionisti sanitari non deve essere sottovalutato: qualora questi scelgano di creare account o blog per divulgare informazioni sanitarie, basate sulle evidenze scientifiche, mettono a disposizione dei pazienti una chiave di lettura da sfruttare ogni qualvolta abbiano dei dubbi riguardanti contenuti sulla salute acquisiti tramite i social network.

Sebbene siano state fatte molte ricerche sul ruolo dei social network nel collegare pazienti e operatori sanitari, mancano informazioni sui loro usi, benefici e limiti nella sola comunicazione professionale tra i sanitari. La maggior parte degli studi ha affermato che i social media sono delle piattaforme che migliorano efficacemente la comunicazione e la condivisione delle informazioni, inoltre sono stati utili per la creazione di reti e la collaborazione professionale. L'uso in evoluzione dei social network richiede una ricerca solida e continua per esplorare il pieno potenziale e la loro relativa efficacia nella comunicazione professionale^[15].

Le comunità virtuali possono facilitare il networking professionale e la condivisione delle conoscenze tra le discipline sanitarie; gli operatori sanitari attraverso, per esempio, la creazione di un forum possono condividere le conoscenze specialistiche pertinenti e discutere di questioni professionali^[16]. Ai forum possono iscriversi e partecipare sia i pazienti che i colleghi, solitamente ottenendo bassi comportamenti di pubblicazione ma, in compenso, attività di lettura o accesso più frequenti. L'attività più comune sul Web da parte dei colleghi è stata la richiesta e la fornitura di informazioni cliniche specifiche: questa condivisione della conoscenza è facilitata da una cultura di collettivismo, reciprocità e da un ambiente rispettoso e non competitivo^[16].

Per quanto riguarda la realtà italiana osserviamo una situazione diversa: recentemente è stato pubblicato uno studio condotto nel 2020, durante la pandemia COVID-19^[17], relativo all'utilizzo dei profili Facebook degli ospedali in Italia, avvalorando questo social come il più popolare, nonché uno dei maggiormente utilizzati per accedere alle informazioni sanitarie. In Italia solo il 28% degli ospedali aveva pagine Facebook

ufficiali, di cui il 20,6% erano ospedali pubblici e il 79,4% erano ospedali privati; degli ospedali con pagine Facebook, il 49,1% le utilizzava ogni settimana e tra questi gli ospedali pubblici pubblicavano più spesso^[17]. Nonostante le differenze tra regioni e tipologie di gestione, il numero di ospedali in Italia che utilizzano Facebook come strumento per la diffusione pubblica delle informazioni sanitarie è ancora basso: gli ospedali dovrebbero adottare una strategia di comunicazione efficace utilizzando i social network per migliorare la qualità dell'assistenza sanitaria^[17].

Si evince quindi come gli operatori sanitari possano avere un ruolo cruciale nell'educazione sanitaria e nella promozione di buone norme tramite i social media; questo aspetto diviene ancora più importante nel settore materno-infantile a cui appartiene una porzione rilevante di donne che ricercano informazioni inerenti alla loro salute. I professionisti devono avere una capacità sufficiente per interpretare le informazioni ottenute da Internet e dovrebbero dedicare una quantità di tempo efficiente per discutere le modalità di ricerca con le donne in gravidanza in modo che possano valutare la loro attendibilità in autonomia, non dimenticandosi di rispondere ad eventuali dubbi fornendo risorse educative online valide e affidabili^[18].

1.5 L'UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK IN GRAVIDANZA

Il supporto sociale è essenziale sia nella transizione alla maternità che nello sviluppo del ruolo materno: con la diminuzione delle tradizionali comunità che tramandavano saggiamente questo sapere, le donne hanno cominciato a lottare per accedere a queste informazioni nei loro mondi tangibili.

Le donne di oggi sono sempre più attratte dall'ambiente online, in particolare dai gruppi di social media che permettono di connettersi con altre donne incinte: le loro interazioni online influenzano le decisioni sulla gravidanza, mettendo a volte in discussione anche le indicazioni degli esperti. Il social networking rappresenta un meccanismo per le madri che permette



di costruire legami e creare delle reti sociali; il valore del supporto emotivo e strumentale acquisito non deve essere sottovalutato e ha benefici per le donne in gravidanza^[19]. Bisogna anche specificare che non sempre queste reti sociali sono d'aiuto e conforto, alcune infatti possono fornire informazioni sbagliate o addirittura influire sulle decisioni di una coppia in merito alla propria salute e a quella del proprio figlio. In Italia questo fenomeno spopola nel Web con la community *mamme pancine*, un universo parallelo al quale si guarda da un lato con tenerezza e dall'altro con sgomento^[20]. Le iscritte sono solite a pubblicare contenuti estremi per ciò che riguarda la genitorialità e, più in generale, l'essere donna: dalla ricerca di consigli medici alla promozione della campagna no-vax, dalla pubblicazione di foto della propria pancia alla denigrazione delle donne che non desiderano avere dei figli; queste sono alcune delle tematiche che possono essere affrontate in community del genere^[20].

È doveroso sottolineare l'aspetto dicotomico di questa realtà: da una parte svolge appieno il compito di essere un luogo di conforto e di supporto tra le madri, soprattutto per coloro che vivono la gravidanza in solitudine^[20], dall'altra invece diventa un palcoscenico di fandonie e mal dicerie con il pericolo di essere un'influenza negativa nonché un distributore di informazioni errate. Nel rispetto delle donne che si iscrivono e partecipano a queste community, sarebbe comunque interessante conoscere le esperienze delle madri che utilizzano questi forum e gruppi online; in questo modo i professionisti della salute potrebbero realizzare delle linee guida ad hoc in modo da ottimizzare queste piattaforme ed eliminare gradualmente tutto ciò che non ha alcun fondamento medico scientifico. Le discipline dell'assistenza alla maternità dovrebbero lavorare per stabilire una migliore comprensione del significato e del valore che le madri ricevono dalla partecipazione continuativa ai gruppi online; questa conoscenza ha il potenziale per identificare e affrontare le carenze per soddisfare meglio le esigenze delle neomamme^[19].

Le utenti hanno a disposizione una vasta gamma di media digitali che includono siti Web, blog, forum di discussione online, app e piattaforme di social media: gran parte delle donne sceglie di approcciarsi a queste fonti affermando che le informazioni raccolte sono pratiche e dettagliate, erogate in tempi immediati e in modo personalizzato, lasciando quindi intendere che siano anche professionali e rassicuranti^[21].

I social network forniscono alle donne dettagli quando ne hanno più bisogno e ogni

qualvolta hanno l'opportunità di accedervi, rivelando l'importanza di utilizzare le informazioni digitali per stabilire e mantenere connessioni sociali e relazioni intime con altre madri. Un altro aspetto rilevante del social networking è la consulenza con altri esperti, la quale solitamente viene molto apprezzata: le donne esprimono il desiderio di ricevere un accesso maggiore e più rapido alle informazioni e al supporto da parte degli operatori sanitari^[21].

Simili alle community ma con funzionalità differenti sono le app per la gravidanza e la genitorialità: sul mercato ne sono disponibili molte e sono ritenute utili, in particolare, per cercare informazioni, monitorare lo sviluppo fetale o i cambiamenti nel proprio corpo e fornire rassicurazione; bisogna però ricordare di non trascurare alcuni aspetti riguardanti il loro utilizzo, come la validità del loro contenuto e i problemi relativi alla sicurezza e alla privacy^[22]. Le app stanno diventando un'importante fonte di conoscenze, di auto-monitoraggio e di conforto; coloro che si avvicinano ad assistere le donne devono tenere conto dell'uso delle app e riconoscerne sia il potenziale che i limiti^[22].

Le giovani donne spesso cercano e interagiscono con informazioni relative alla salute tramite i social media indagando non solo gli aspetti riferiti alla gravidanza, ma anche per ricercare informazioni generali sulla salute e consigli sulla salute preconcezionale. Per tale motivo è necessario che le piattaforme dei social network vengano sfruttate per diffondere consigli sanitari, supporto e educazione preconcezionali e di pianificazione della gravidanza, in modo da fornire una migliore promozione del benessere e cure preventive alle giovani donne^[23].

Diverse sono le fonti di informazione ogni giorno disponibili per le donne in gravidanza: Internet è diventata tra queste una delle più popolari per i consumatori di prodotti sanitari e le donne incinte non fanno eccezione. La maggior parte delle donne usano Internet come fonte cercando informazioni sulla gravidanza almeno una volta al mese; lo sviluppo fetale e la nutrizione sono tra i temi di maggior interesse, ritendendo che i contenuti siano affidabili e utili. Inoltre, si è visto che le donne single e pluripare solitamente hanno meno probabilità di chiedere consiglio rispetto alle donne sposate e nullipare^[24].

Le donne scelgono questo mezzo anche per esigenze di facilità e velocità di accesso, soprattutto per trovare persone con la stessa situazione: i vantaggi del suo utilizzo includono la riduzione dell'ansia, il supporto personale, la creazione di una connessione

emotiva e una maggiore fiducia^[25].

Il supporto sociale può influenzare i comportamenti di ricerca: rispetto alle donne single, le donne sposate o impegnate in una relazione sono più propense a cercare informazioni online visualizzando articoli, FAQ e blog. Sebbene Internet offra uno spazio per le persone che hanno meno sostegno, si è visto che in realtà un buon supporto sociale non riduca la probabilità di accedervi ma, contrariamente, favorisca l'utilizzo del Web per fare ricerca sulla propria salute e sul benessere fetale^[26].

I social network non sono stata l'unica fonte di sostegno disponibile per le donne in gravidanza, alcune di loro hanno avuto l'occasione di condividere le loro preoccupazioni con professionisti sanitari e amici. Entrambi si sono rivelati significativamente apprezzati, anche se ancora risulta esserci poca comunicazione sociale sui certi problemi legati alla gravidanza, indicando la necessità di mettere in atto un intervento che ne promuova la diffusione. Le donne che decidono di affrontare certe tematiche con altre persone, oltre il corrispettivo partner, hanno una maggior probabilità di essere indirizzate ad una struttura sanitaria che garantisca un'assistenza qualificata alla corrispettiva situazione clinica^[27]. Approfondito il ruolo che possono avere i social network durante la gravidanza, si procede esaminando la funzione che possono rivestire durante il travaglio e il parto.

1.6 L'UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK DURANTE IL TRAVAGLIO E IL PARTO

Il parto è la più profonda iniziazione alla spiritualità che una donna possa avere
(Robin Lim)

I manuali di ostetricia molto spesso tendono a descrivere l'evento nascita basandosi sui fatti concreti che accumulano la maggior parte delle donne durante il travaglio e il parto: contrazioni regolari ed efficaci, dilatazione completa, progressione della parte presentata, rottura spontanea delle membrane e tante altre definizioni che fanno parte della disciplina ostetrica e che permettono di garantire il benessere della donna e del feto durante tutto il processo. Ma non si tratta soltanto di questo.

Il travaglio e il parto rappresentano un rito di passaggio dove i fisiologici cambiamenti del corpo si intrecciano con i fattori emotivi e con il vissuto di ogni donna; per garantire

un'esperienza positiva di nascita è necessario proteggere non solo il benessere clinico della madre e del feto, ma anche l'integrità della donna attraverso un ascolto attivo dei suoi bisogni. Quest'ultimi non comprendono soltanto quelli di assistenza basilare come l'alimentazione e l'igiene personale: durante il travaglio possono emergere degli aspetti nascosti di ogni donna che necessitano di essere accolti ed elaborati; un evento unico come questo ha bisogno di essere custodito dalle mani di chi è disposto a stringere un'alleanza terapeutica con la donna e a mettersi al suo servizio.

Questo lungo viaggio esige delle persone che possano accompagnare la donna durante il suo processo di trasformazione e rinascita; tra le persone più indicate della comunità, hanno un ruolo preponderante il partner e la figura materna, per quanto riguarda invece il professionista incaricato di sorvegliare la normale evoluzione del travaglio, la prima scelta è l'ostetrica, la guardiana della fisiologia.



Fotografie di Eva Rose, Oslo

Non sempre però si riescono a garantire entrambe queste figure di riferimento: in alcune realtà cliniche l'assistenza ostetrica one-to-one può non realizzarsi per via dell'eccessiva attività di lavoro rispetto al numero di organico disponibile; in altri contesti a volte invece non è garantita la presenza di una persona di fiducia scelta dalla donna. Questi sono due dei tanti motivi per cui una donna in travaglio può scegliere di cercare un rifugio per il proprio sentire all'interno dei social network, nella speranza di essere ascoltata e di ricevere un sostegno emotivo in quel momento assente.

Tuttavia, nonostante sia appurato che i social network influenzino un vasto repertorio di comportamenti riguardanti la salute, pochi studi esaminano la relazione tra le caratteristiche dei social network e gli esiti legati alla gravidanza^[27].

L'influenza dei social media sul processo decisionale intrapartum è stato esaminato relativamente poco; nonostante sia abbastanza diffuso il loro utilizzo come fonte di informazione durante la gravidanza non è chiaro esattamente come vengano utilizzati durante il travaglio e il parto e per questo motivo sono necessari ulteriori studi^[28].

1.7 OBIETTIVI DELLO STUDIO

L'obiettivo di questo studio osservazionale è stato quello di indagare l'influenza che i social network hanno avuto durante la gravidanza, il travaglio e il parto con il fine di promuovere un corretto utilizzo di queste piattaforme digitali sia da parte dell'utenza sia da parte dei professionisti sanitari.

Oltretutto, si è scelto di approfondire ulteriormente il fenomeno dei social network in funzione alla partecipazione o meno ai corsi d'accompagnamento alla nascita.

La letteratura afferma l'attualità dell'argomento riportando articoli di recente pubblicazione, inoltre avvalorata l'ipotesi dello studio confermando la repentina ascesa dei social network nella nostra quotidianità. È importante sottolineare il numero relativamente esiguo di articoli pubblicati inerenti all'influenza dei social network durante il travaglio e il parto.

Per questi motivi e con l'obiettivo primario di garantire alle donne e alle coppie un'assistenza dignitosa e adeguata, l'indagine risulta di interesse collettivo con la speranza che possa essere una tematica che verrà approfondita con studi successivi.

2. MATERIALI E METODI

2.1 CAMPIONE, LUOGHI, TEMPI, METODO E STRUMENTI

Il campione preso in esame era composto da donne in stato di gravidanza, in un'epoca gestazionale compresa tra la 36° e la 42° settimana, ovvero donne giunte verso il termine e prossime ad espletare il parto.

Da questo campione è stato estratto un sottogruppo di puerpere, le quali hanno partecipato all'indagine sull'influenza dei social network durante il travaglio e il parto.

Lo studio è stato condotto mediante la somministrazione di due questionari compilabili in forma cartacea o attraverso la piattaforma online Google Moduli, entrambi contenenti più test a risposta multipla.

I questionari sono stati distribuiti in due contesti e momenti differenti.

Il primo questionario è stato somministrato alle donne in gravidanza afferenti all'ambulatorio di gravidanza a termine dell'AO Ospedali Riuniti Marche Nord Presidio Ospedaliero "Santa Croce" di Fano, mentre il secondo questionario è stato somministrato alle puerpere presso il reparto di ostetricia e ginecologia dello stesso presidio ospedaliero. I questionari sono stati somministrati dal mese di Luglio 2021 al mese di Settembre 2021. Le partecipanti hanno dato il loro consenso a partecipare all'indagine; coloro che hanno compilato il primo questionario hanno potuto rispondere nell'attesa di eseguire i controlli previsti dall'ambulatorio di gravidanza a termine; coloro che hanno aderito all'indagine riservata al travaglio e al parto hanno compilato il questionario durante il periodo di degenza.

Per ottenere l'elaborato sono stati progettati due questionari differenti in modo che le risposte inerenti alla gravidanza non fossero influenzate da quelle riguardanti il periodo del travaglio/parto e viceversa. I questionari utilizzati come strumento di valutazione erano composti da una batteria di quesiti valutanti: una parte anamnestica, le fonti d'informazione consultate in gravidanza, le motivazioni per cui sono stati utilizzati i social network, i social network maggiormente utilizzati, il rapporto tra i social network e i corsi d'accompagnamento alla nascita, l'utilizzo dei social network durante il travaglio e il parto, la condivisione dell'evento nascita sui social network, l'utilità dei social network durante la gravidanza, il travaglio e il parto.

QUESTIONARIO SUI SOCIAL NETWORK IN GRAVIDANZA – *allegato 1*

Questo questionario è stato auto creato per indagare in maniera panoramica l'influenza che i social network hanno avuto in gravidanza tramite la somministrazione di domande a risposta multipla, con la possibilità, ove possibile, di selezionare anche più di una risposta. Inoltre era presente una parte creata appositamente per ottenere alcuni dati anagrafici – anamnestici relativi alle gestanti quali l'età, la parità, l'epoca gestazionale, il professionista che ha seguito la gravidanza, le fonti d'informazione utilizzate durante la gravidanza. I quesiti in esame erano: le motivazioni per cui sono stati utilizzati i social network, l'utilizzo dei social network per rispondere ai dubbi (con la possibilità di motivare il perché questi siano o non siano stati utilizzati per tale motivo), i social network maggiormente utilizzati in gravidanza, l'utilità dei social network in tale circostanza (con la possibilità di motivare il perché siano o non siano d'aiuto).

Il questionario si concludeva infine con una parte dedicata alla valutazione di una possibile correlazione tra i social network e la partecipazione o meno al corso d'accompagnamento alla nascita (posto alle donne come corso parto) attraverso i seguenti criteri: partecipazione a un corso parto, opinione di chi vi ha partecipato, motivazioni di chi non vi ha partecipato, opinione sulle informazioni ottenute tramite i social network e i corsi parto (quesito posto anche a chi non vi ha partecipato), l'influenza mediatica dei social network sull'argomento dei corsi parto.

QUESTIONARIO SUI SOCIAL NETWORK DURANTE IL TRAVAGLIO E IL PARTO – *allegato 2*

Tale questionario è stato auto creato per indagare l'influenza che i social network hanno avuto durante il travaglio e il parto grazie alla partecipazione di puerpere che hanno gentilmente collaborato e che precedentemente avevano partecipato al primo questionario. I quesiti in esame erano: modalità del parto, l'influenza dei social network sulle aspettative del travaglio e del parto, l'utilizzo dei social network durante il travaglio, il supporto ottenuto tramite i social network, la condivisione dell'evento nascita sui social network, la veridicità delle informazioni apprese in gravidanza tramite i social network, l'opinione riguardo l'utilizzo dei social network come mezzo di aiuto e sostegno per le coppie durante la gravidanza.

2.2 METODI PER L'ANALISI STATISTICA DESCRITTIVA ED INFERENZIALE

Dopo la somministrazione dei questionari, i dati raccolti sono stati trascritti in un database creato in Microsoft Excel con la relativa legenda.

1° questionario - variabili considerate: età, parità, settimane gestazionali, professionista in gravidanza, fonti utilizzate (elenco contenente le variabili: riviste e libri, corso preparto, radio e televisione, social network, riviste scientifiche, forum e blog, familiari e amici), motivazioni per cui sono stati utilizzati i social network (elenco contenente le variabili: per cercare informazioni, per condividere la propria esperienza, per confrontarsi con altre donne, per consultare altri professionisti, iscrizione a community, stesso motivo pregravidico), utilizzo dei social network per rispondere a dubbi, motivazioni per chi li ha utilizzati (elenco contenente le variabili: stato di agitazione e ansia, possibilità di ottenere più informazioni e più rapidamente, timore di disturbare il professionista di riferimento, l'esperienza altrui ha contribuito a tranquillizzare), motivazioni per chi non li ha utilizzati (elenco contenente le variabili: poco utilizzo, incertezza riguardo le informazioni presenti, preferenza nel consultare direttamente i professionisti e/o il pronto soccorso ostetrico, disagio nel confrontarsi con estranei), social network utilizzati (elenco contenente le variabili: Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, Tik Tok, YouTube, WhatsApp, Telegram, Messenger), utilità dei social network, per quali motivi lo è (elenco contenente le variabili: tante informazioni, conoscere altre coppie, consultare altri professionisti), per quali motivi non lo è (elenco contenente le variabili: informazioni sbagliate, influenza negativa, fiducia solo nei professionisti sanitari), partecipazione al corso preparto, utilità per chi vi ha partecipato (elenco contenente le variabili: informazioni utili per affrontare meglio il travaglio ed il parto, opportunità per conoscere altre donne/coppie, non è stato utile), motivazioni di chi non ha partecipato (elenco contenente le variabili: partecipazione in gravidanze precedenti, informazione tramite altre fonti, poco tempo libero a disposizione), il rapporto tra le informazioni ottenute tramite i social network e i corsi preparto, l'influenza mediatica dei social network sui corsi preparto.

2° questionario - variabili considerate: modalità del parto, influenza dei social network sulle aspettative, utilizzo dei social network durante il travaglio/parto, aiuto dei social network ad affrontare meglio il travaglio/parto, motivazioni del perché sono stati d'aiuto (elenco contenente le variabili: rimanere in contatto con altre persone, valvola di sfogo, ascoltare musica/video), motivazioni del perché non sono stati d'aiuto (elenco contenente le variabili: fonte di distrazione negativa, tante domande da parte di parenti/amici, poco utilizzati), condivisione dell'evento nascita sui social network, veridicità delle informazioni apprese in gravidanza tramite questi, resoconto finale dell'utilità dei social network durante la gravidanza, il travaglio e il parto.

Alcuni di questi dati sono stati elaborati attraverso le funzioni di Excel, il database è stato poi importato in R, software utilizzato per l'analisi dei dati (versione: 4.0.3.).

Metodologia seguita per l'analisi descrittiva ed inferenziale (1° questionario):

- le variabili quantitative sono state sintetizzate utilizzando la media come indice di centralità, le variabili qualitative sono state riassunte utilizzando le frequenze assolute e percentuali;
- sono stati sintetizzati i motivi principali per cui sono stati utilizzati i social network durante la gravidanza e messi a confronto con le caratteristiche dei soggetti in studio;
- il confronto fra i gruppi in termini di utilizzo/non utilizzo dei social network per i vari motivi relativa all'età del campione è stata elaborata attraverso boxplot ed analizzata attraverso il test di T di Student per campioni indipendenti;
- il confronto fra i gruppi in termini di utilizzo/non utilizzo dei social network per i vari motivi e la parità intesa come nullipara/pluripara è stato effettuato attraverso il test di Chi-quadrato;
- il confronto fra i gruppi in termini di utilizzo/non utilizzo dei social network per risolvere dubbi relativa all'età del campione è stata elaborata attraverso boxplot ed analizzata attraverso il test di T di Student per campioni indipendenti;
- le motivazioni per cui i social network sono stati/non sono stati utilizzati per risolvere dubbi sono stati elaborati con un grafico a barre;

- il confronto fra i gruppi in termini di utilizzo/non utilizzo dei social network per risolvere dubbi e la parità intesa come nullipara/pluripara è stato effettuato attraverso il test di Chi-quadrato;
- i dati raccolti relativi ai social network maggiormente utilizzati in gravidanza sono stati sintetizzati e messi a confronto con le caratteristiche dei soggetti in studio;
- il confronto fra i gruppi in termini di utilizzo/non utilizzo dei social network maggiormente utilizzati relativa all'età del campione è stata elaborata attraverso boxplot ed analizzata attraverso il test di T di Student per campioni indipendenti;
- di ogni social network è stata calcolata la stima puntuale relativa al loro utilizzo e la stima per intervallo (intervalli di confidenza al 95%[IC 95%]);
- sono stati sintetizzate le principali fonti utilizzate durante la gravidanza e messi a confronto con le caratteristiche dei soggetti in studio;
- il confronto fra i gruppi in termini di utilizzo/non utilizzo delle fonti maggiormente usate in gravidanza relativa all'età del campione è stata elaborata attraverso boxplot ed analizzata attraverso il test di T di Student per campioni indipendenti;
- il confronto fra i gruppi in termini di utilizzo/non utilizzo delle fonti maggiormente usate in gravidanza e la parità intesa come nullipara/pluripara è stato effettuato attraverso il test di Chi-quadrato;
- di ogni fonte è stata calcolata la stima puntuale relativa al loro utilizzo e la stima per intervallo (intervalli di confidenza al 95%[IC 95%]);
- il confronto fra i gruppi in termini di utilità/non utilità dei social network durante la gravidanza relativa all'età del campione è stata elaborata attraverso boxplot ed analizzata attraverso il test di T di Student per campioni indipendenti;
- le motivazioni per cui i social network sono stati ritenuti utili/non utili durante la gravidanza sono stati elaborati con un grafico a barre;
- il confronto fra i gruppi in termini di utilità/non utilità dei social network durante la gravidanza e la parità intesa come nullipara/pluripara è stato effettuato attraverso il test di Chi-quadrato;

- il confronto fra i gruppi in termini di partecipazione/non partecipazione ai corsi parto relativa all'età del campione è stata elaborata attraverso boxplot ed analizzata attraverso il test di T di Student per campioni indipendenti;
- le motivazioni per cui il campione ha partecipato/non partecipato ai corsi parto sono stati elaborati con un grafico a barre;
- il confronto fra i gruppi in termini di partecipazione/non partecipazione ai corsi parto e l'utilizzo/non utilizzo dei social network è stato effettuato attraverso il test di Chi-quadrato;
- per tutte le analisi è stato utilizzato un livello di significatività pari a 5%.

Metodologia seguita per l'analisi descrittiva ed inferenziale (2° questionario):

- le variabili qualitative sono state riassunte utilizzando le frequenze assolute e percentuali;
- è stata analizzata l'influenza dei social network sulle aspettative del travaglio e messa a confronto con l'esito del parto;
- il confronto fra i gruppi in termini di parto vaginale/cesareo e l'influenza dei social network misurata su una scala di valori espressa con le modalità *niente, poco, abbastanza, molto* è stato effettuato attraverso il test di Chi-quadrato;
- è stata analizzato l'utilizzo dei social network durante il travaglio e messo a confronto con l'esito del parto;
- il confronto fra i gruppi in termini di parto vaginale/cesareo e l'utilizzo dei social network misurato su una scala di valori espressa con le modalità *niente, poco, abbastanza, molto* è stato effettuato attraverso il test di Chi-quadrato;
- le motivazioni per cui i social network sono/non sono stati d'aiuto per affrontare il travaglio sono state elaborate con un grafico a barre;
- il confronto fra i gruppi in termini di utilità/non utilità dei social network per affrontare il travaglio e l'esito del parto inteso come vaginale/cesareo è stato effettuato attraverso il test di Chi-quadrato;
- il confronto fra i gruppi in termini di condivisione/non condivisione dell'evento nascita sui social network e il loro utilizzo durante il travaglio è stato effettuato attraverso il test di Chi-quadrato;

- sono stati sintetizzate l'utilità e la veridicità delle informazioni acquisite in gravidanza sui social network attraverso un grafico a barre;
- il confronto fra l'influenza dei social network misurata su una scala di valori espressa con le modalità *niente, poco, abbastanza, molto* e la veridicità delle informazioni apprese tramite questi è stato effettuato attraverso il test di Chi-quadrato;
- sono stati sintetizzate le opinioni finali inerenti al grado di soddisfazione riguardante l'utilizzo dei social network durante la gravidanza, il travaglio e il parto;
- per tutte le analisi è stato utilizzato un livello di significatività pari a 5%.

3. RISULTATI

3.1 ANALISI DESCRITTIVA DEL CAMPIONE

Sono state valutate 107 donne in stato di gravidanza, che si trovavano tra la 36° e la 42° settimana di gestazione, in particolare il 49.5% delle partecipanti aveva superato le 37 settimane. Hanno prevalentemente un'età inferiore ai 36 anni (75%), nella *figura 1* si può notare la distribuzione di frequenza relativa della variabile, da notare che si tratta di una distribuzione simmetrica in quanto la classe modale, ovvero quella con maggior frequenza, in questo caso quella compresa tra i 30-35 anni, contiene sia la media della variabile (32,12 anni) che la mediana (32 anni). Il 46.7% del campione analizzato dichiara di non avere altri figli contro il 53.3% che dichiara invece di averne altri.

La maggior parte delle donne è stata seguita in gravidanza da un medico ginecologo (92.5%), una minima parte si è affidata al Consultorio Familiare (6.5%) e soltanto una donna ha scelto l'ostetrica come figura di riferimento (0.9%), nessuna invece ha optato per il medico di medicina generale (Fig.2).

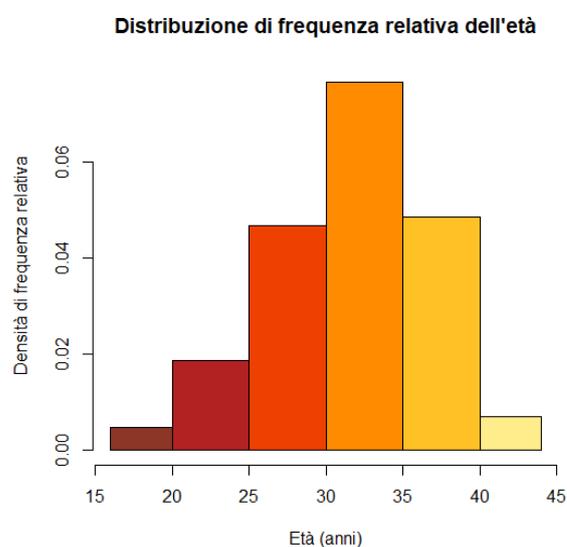


Fig.1
Distribuzione di frequenza relativa dell'età

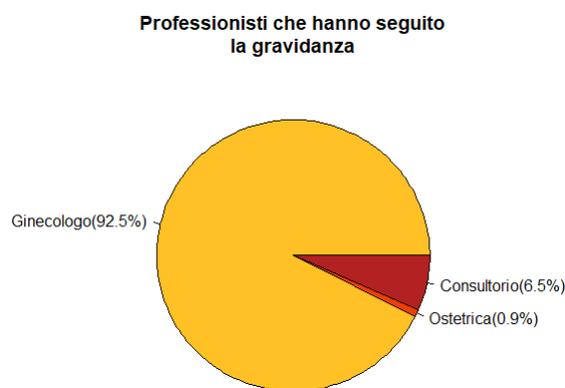


Fig.2
Distribuzione percentuale dei professionisti che hanno seguito la gravidanza

3.2 I PRINCIPALI MOTIVI PER CUI SI UTILIZZANO I SOCIAL NETWORK IN GRAVIDANZA

Iniziamo l'analisi considerando i motivi principali per cui sono stati utilizzati i social network durante la gravidanza; le partecipanti hanno avuto la possibilità di selezionare più di una opzione relativa al quesito. Elaborando i dati e sintetizzando ogni variabile tramite frequenza percentuale, si sono ottenuti i seguenti risultati: il 59.8% delle donne ha utilizzato i social network per cercare informazioni riguardanti la gravidanza, il parto e la cura del neonato, il 42.1% ha continuato a utilizzarli per lo stesso motivo per cui li utilizzava prima di rimanere incinta, il 22.4% per confrontarsi con altre madri, il 19.6% per condividere la propria esperienza, il 12.1% per consultare altri professionisti e infine il 6.5% delle partecipanti era iscritta a community che fornivano sostegno emotivo (Fig.3).

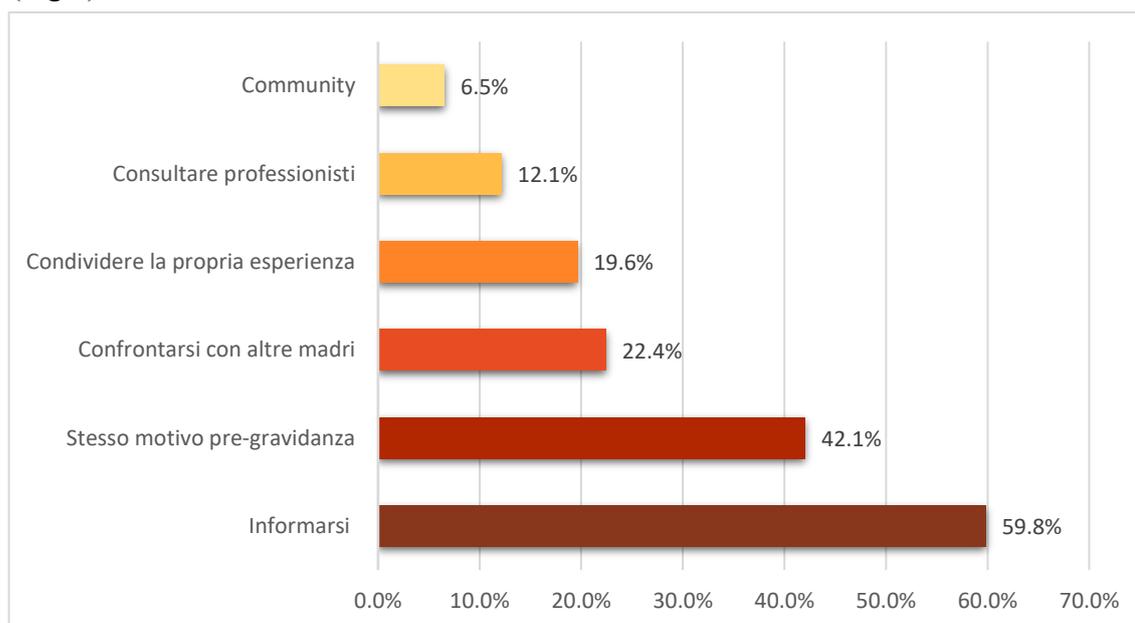


Fig.3
Distribuzione percentuale dei principali motivi per cui si utilizzano i social network in gravidanza

Successivamente di ogni variabile è stata valutata la distribuzione dell'età confrontando le donne che avevano utilizzato i social network per tal motivo e le donne che invece non ne avevano fatto uso (Fig.4). Si può notare una certa variabilità nella distribuzione dell'età in entrambi i gruppi di ogni variabile anche se l'età media di chi ha utilizzato i social network non si discosta di tanto dall'età media di chi non li ha utilizzati.

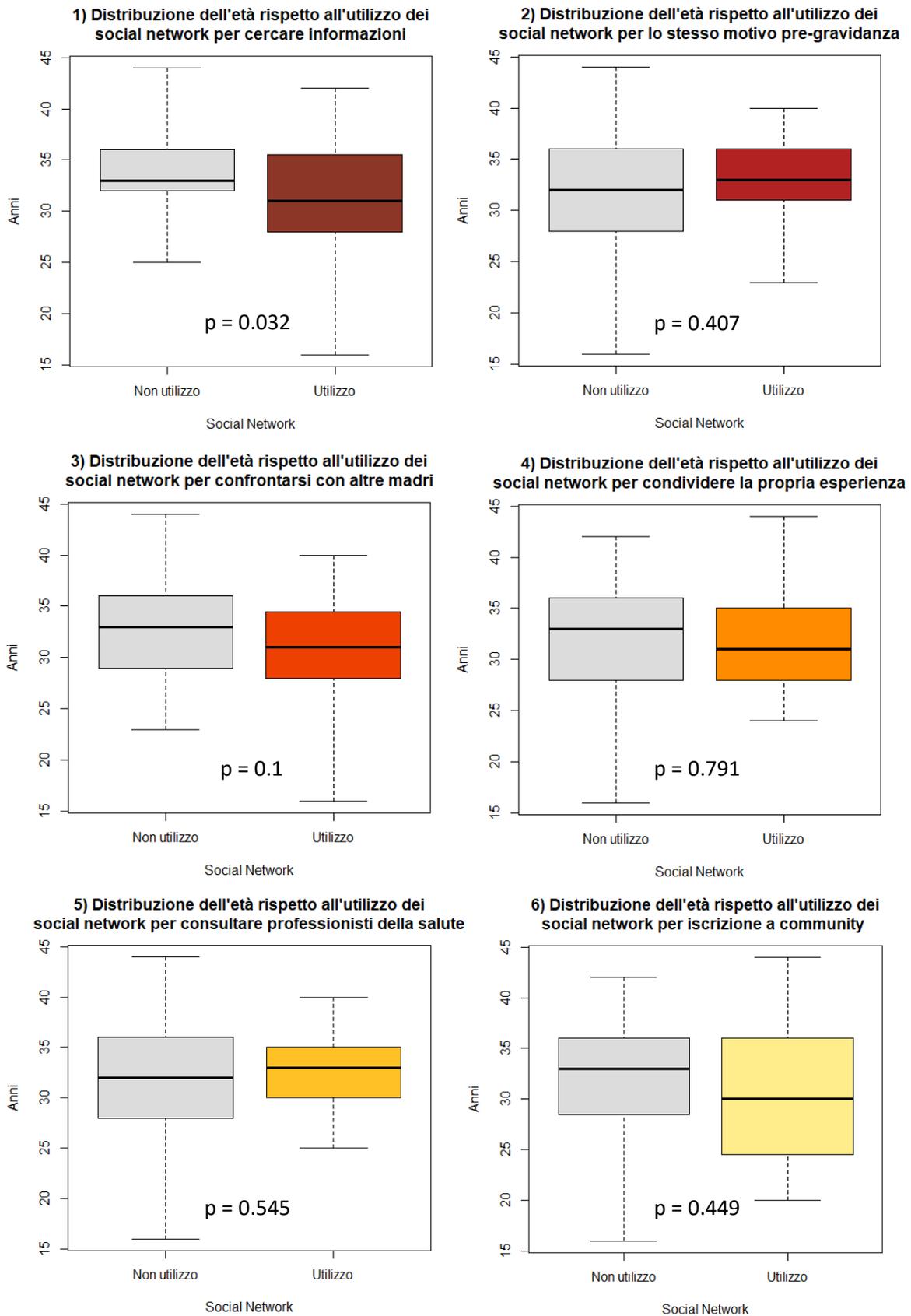


Fig.4 Distribuzione dell'età rispetto ai motivi per cui si utilizzano i social network e probabilità (p)

Tuttavia, non si rilevano delle differenze statisticamente significative ad eccezione del *grafico 1* (Fig.4) dove la probabilità *p-value* ottenuta mediante il test T di Student per campioni indipendenti è uguale a 0.032 ovvero al 3%. La probabilità fornita dal test è inferiore all'errore massimo stabilito a priori, possiamo quindi affermare che la differenza dell'età media dei due gruppi utilizzo/non utilizzo dei social network per cercare informazioni riguardanti la gravidanza, il parto e la cura del neonato è statisticamente significativa con una probabilità inferiore al 5%. Come si può infatti notare dal *grafico 1*, l'età media campionaria del gruppo di donne che ha utilizzato i social network è inferiore all'età media campionaria del gruppo che non li ha utilizzati e con una probabilità di errore del 3% possiamo osservare questo fenomeno all'interno della popolazione. Per quanto riguarda invece le probabilità fornite dal test relative alle altre motivazioni, si ottengono dei valori superiori all'errore massimo stabilito e quindi non statisticamente significative.

Le variabili rappresentanti le motivazioni per cui sono stati utilizzati i social network in gravidanza sono state analizzate in funzione alla parità, i due gruppi sono stati messi a confronto eseguendo il test statistico di Chi-quadrato con un livello di significatività del 5% (Tabella 1).

n (%)		Parità		p* <i>test di Chi-quadrato</i>
		Nullipare n=50	Pluripare n=57	
1) Per cercare informazioni	Utilizzo	38 (76)	26 (45.6)	0.0027
	Non utilizzo	12 (24)	31 (54.4)	
2) Stesso motivo pre-gravidanza	Utilizzo	16 (32)	29 (50.9)	0.0755
	Non utilizzo	34 (68)	28 (49.1)	
3) Confrontarsi con altre donne	Utilizzo	14 (28)	10 (17.5)	0.2885
	Non utilizzo	36 (72)	47 (82.5)	
4) Condividere la propria esperienza	Utilizzo	6 (12)	15 (26.3)	0.1060
	Non utilizzo	44 (88)	42 (73.7)	
5) Consultare altri professionisti	Utilizzo	9 (18)	4 (7.0)	0.1503
	Non utilizzo	41 (82)	53 (93)	
6) Iscrizione a community	Utilizzo	4 (8.0)	3 (5.3)	0.8576
	Non utilizzo	46 (92)	54 (94.7)	

Tabella 1
Distribuzioni di frequenza delle variabili in funzione della parità

Non emergono grandi differenze rispetto la descrizione dell'intero campione, le differenze osservate nei due gruppi non sono statisticamente significative ad eccezione della prima variabile presa in esame. Come si può vedere nella *Tabella 1*, le nullipare hanno fatto un maggior uso dei social network per cercare informazioni riguardanti la gravidanza, il parto e la cura del neonato (76%), mentre nelle pluripare prevale il gruppo che non ha utilizzato i social network per questo motivo (54.4%).

La *p-value* fornita dal test di Chi-quadrato è 0.0027 cioè pari a 0.3% e quindi statisticamente significativa, possiamo dunque affermare che esiste la probabilità di osservare il dato estratto dal campione nella popolazione con un livello di significatività inferiore al 5%.

Infine possiamo anche notare l'interessante confronto emerso nella seconda variabile, ovvero l'utilizzo dei social network per lo stesso motivo per cui si utilizzavano prima della gravidanza. Si evince infatti che nel nostro campione la maggior parte delle nullipare (68%) non ha continuato a utilizzare i social network per lo stesso motivo, a differenza delle pluripare dove invece abbiamo un'inversione della tendenza: la maggior parte di loro ha continuato ad utilizzarli per lo stesso motivo (50.9%). Purtroppo questo risultato non è statisticamente significativo in quanto la *p-value* fornita dal test di Chi-quadrato è 0.0755 cioè pari a 8%, si tratta di un livello di significatività estremamente basso ma superiore a quello prefissato a priori prima di iniziare l'analisi inferenziale.

3.2.1 Rispondere ai dubbi inerenti alla gravidanza e al suo decorso attraverso i social network

Nel paragrafo precedente le varie motivazioni per cui le donne hanno deciso di consultare i social network in gravidanza sono state confrontate tra loro e con altre variabili; un discorso a parte è stato fatto per l'utilizzo dei social network con il fine di rispondere a eventuali dubbi inerenti alla gravidanza e al suo decorso.

Il 41.1% delle donne ha dichiarato di aver utilizzato i social network per chiarire dei dubbi riguardo il proprio stato di salute e/o il benessere fetale mentre il 58.9% non li ha utilizzati per questo motivo (Fig.5).

Lo studio è stato approfondito ulteriormente confrontando la distribuzione dell'età nei due gruppi espressi in relazione all'utilizzo o meno dei social network per risolvere i

dubbi: la distribuzione dell'età differisce leggermente nei due gruppi, in particolare si può notare che l'età media è più alta nel gruppo di donne che non ha utilizzato i social network per risolvere dei dubbi. Il dato comunque non risulta essere statisticamente significativo poiché la probabilità fornita dal test T di Student per campioni indipendenti è dell' 11%, percentuale superiore all'errore massimo prestabilito (Fig.6).

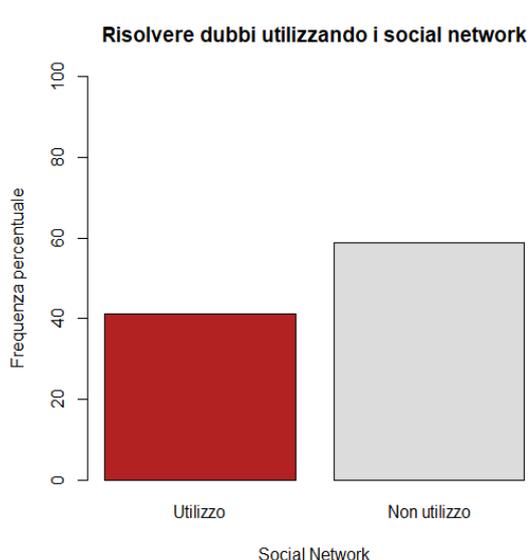


Fig.5
Distribuzione percentuale dell'utilizzo dei social network per risolvere dubbi inerenti alla gravidanza e al suo decorso

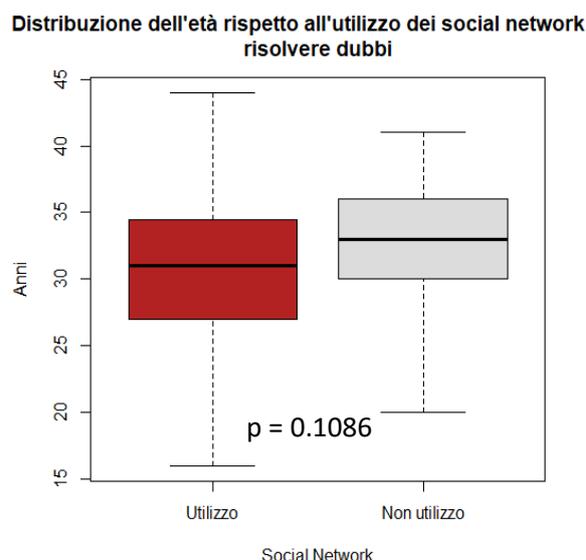


Fig.6
Distribuzione percentuale dell'età rispetto all'utilizzo dei social network per risolvere dubbi e probabilità (p) determinata dal t-test

Alle partecipanti è stato chiesto successivamente il motivo per cui hanno scelto di utilizzare o meno i social network come mezzo per risolvere eventuali dubbi riguardanti il proprio stato di salute e/o quello fetale con la possibilità di selezionare più di una opzione relativa al quesito.

Elaborando i dati si è visto che tra le donne che hanno utilizzato i social network il 47.7% l'ha fatto perché si trovava in uno stato di agitazione e ansia, il 36.4% perché voleva ottenere più informazioni e più rapidamente, il 34.1% ha scelto i social network per confrontarsi con altre famiglie in modo da tranquillizzarsi e infine il 25.0% aveva timore di disturbare il professionista (Fig.7).

Osserviamo dei dati diversi per quanto riguarda il gruppo di donne che ha scelto di non sfruttare i social network come fonte per risolvere i dubbi: il 74.6% preferisce in questo contesto consultare direttamente i professionisti sanitari e/o il pronto soccorso ostetrico, il 49.2% dichiara di non avere la certezza che le informazioni siano veritiere, il 20.6%

non ha scelto i social network poiché quotidianamente non li utilizza molto e infine il 6.3% afferma che prova disagio nel confidare i propri problemi ad estranei (Fig.8).

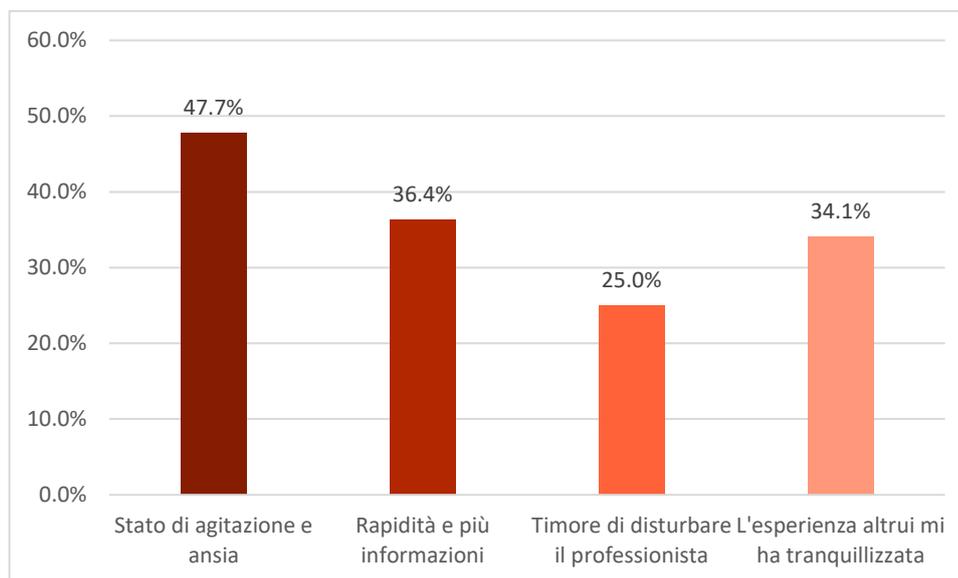


Fig.7
Distribuzione percentuale dei principali motivi per cui i social network sono stati utilizzati come fonte per risolvere eventuali dubbi

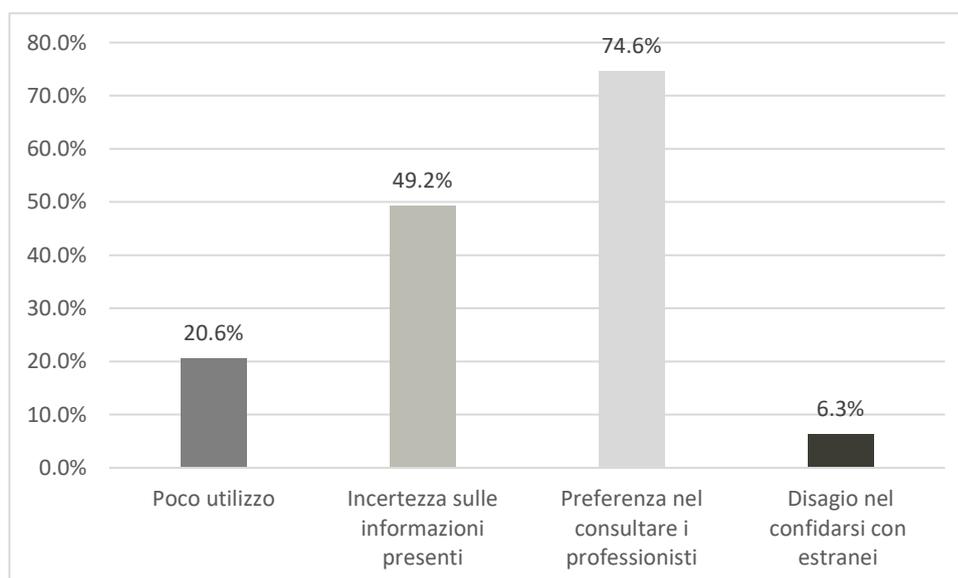


Fig.8
Distribuzione percentuale dei principali motivi per cui le donne hanno scelto di non utilizzare i social network per risolvere eventuali dubbi

Per concludere l'analisi inerente all'utilizzo dei social network per risolvere i dubbi, la variabile è stata analizzata in funzione della parità (Fig.9).

Dal grafico si osserva una quasi impercettibile differenza tra i due gruppi in termini di

utilizzo e non utilizzo dei social network per risolvere i dubbi: il 42% delle nullipare li ha utilizzati mentre il restante 58% non li ha utilizzati, nelle pluripare invece il 40,4% li ha utilizzati contro il 58,6% che ha preferito non farne uso.

Per avere un'ulteriore conferma dei dati rappresentati dal grafico (Fig.9) è stato eseguito il test statistico di Chi-quadrato il quale ha fornito una *p-value* molto elevata e di conseguenza lo studio valutante l'utilizzo dei social network per risolvere i dubbi in funzione della parità si è rivelato non statisticamente significativo.

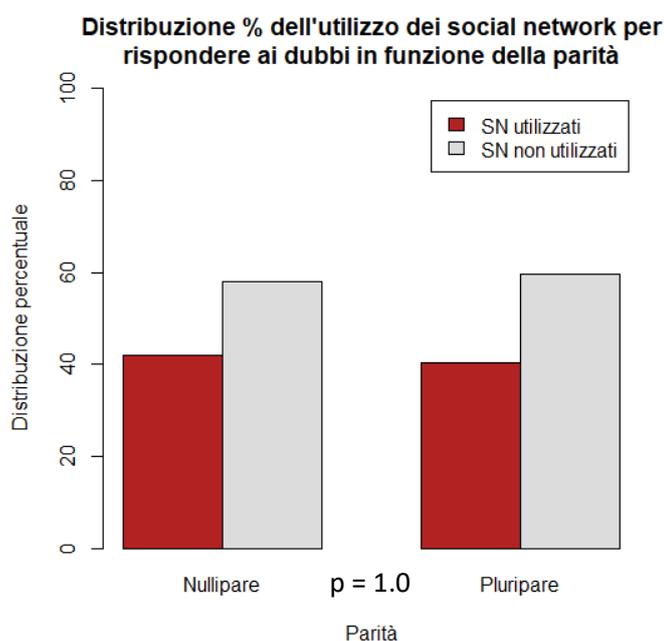


Fig.9
Distribuzione percentuale dell'utilizzo dei social network per rispondere ai dubbi in funzione della parità e probabilità (*p*) determinata dal Chi-quadrato test

3.2.2 I social network maggiormente utilizzati in gravidanza

È stato chiesto alle partecipanti quali fossero i social network maggiormente utilizzati per fini attinenti alla gravidanza e al parto, con la possibilità di selezionare più di una risposta. Elaborando i dati e sintetizzando ogni variabile tramite frequenza percentuale, si sono ottenuti i seguenti risultati: il social network più utilizzato fra tutti è Facebook (71%), seguono in ordine Instagram (48.6%), YouTube (20.6%), WhatsApp (18.7%), Tik Tok (2.8%) e infine Messenger (0.9%) (Fig.10).

Tra le opzioni erano indicati anche Snapchat, Twitter e Telegram ma nessuna ha dichiarato di averli utilizzati durante la gravidanza.

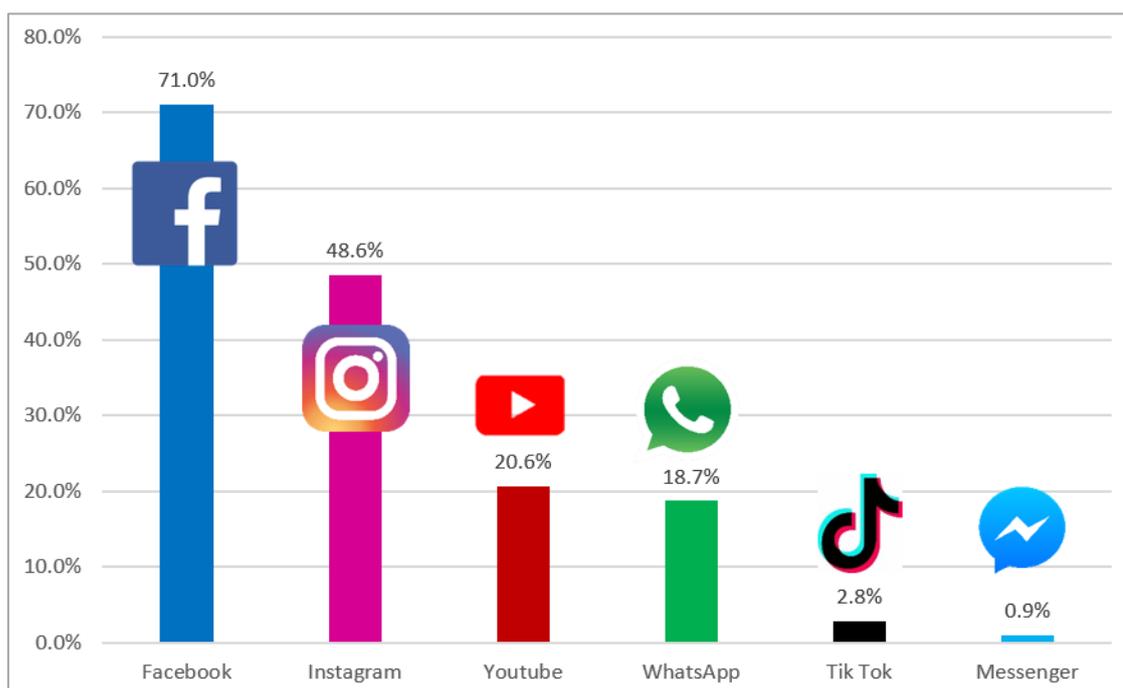


Fig.10

Distribuzione percentuale dei social maggiormente utilizzati in gravidanza

A seguire è stata valutata la distribuzione dell'età di ogni social network confrontando il gruppo di donne che lo avevano utilizzato e quello dove invece non ne avevano fatto uso (Fig.11). La tendenza è simile in quasi tutte le variabili: l'età media delle donne che hanno utilizzato il social network è minore rispetto a chi invece non l'ha utilizzato ad eccezione di Facebook e Tik Tok. Si può notare infatti un'inversione dell'età media in questi due social network dove risulta leggermente maggiore quella delle donne che li hanno utilizzati rispetto a chi invece non l'ha fatto.

Ad ogni modo non si rilevano delle differenze statisticamente significative tranne per il grafico 2 (Fig.11) dove la probabilità *p-value* ottenuta mediante il test T di Student per campioni indipendenti è uguale a 0.0203 ovvero al 2%. La probabilità fornita dal test è inferiore all'errore massimo stabilito a priori, si può affermare che la differenza dell'età media dei due gruppi utilizzo/non utilizzo di Instagram durante la gravidanza è statisticamente significativa con una probabilità inferiore al 5%. Come si può infatti notare dal grafico 2, l'età media campionaria del gruppo di donne che ha utilizzato Instagram è inferiore a quella del gruppo che non l'ha utilizzato e con una probabilità di errore del 2% possiamo osservare questo fenomeno all'interno della popolazione.

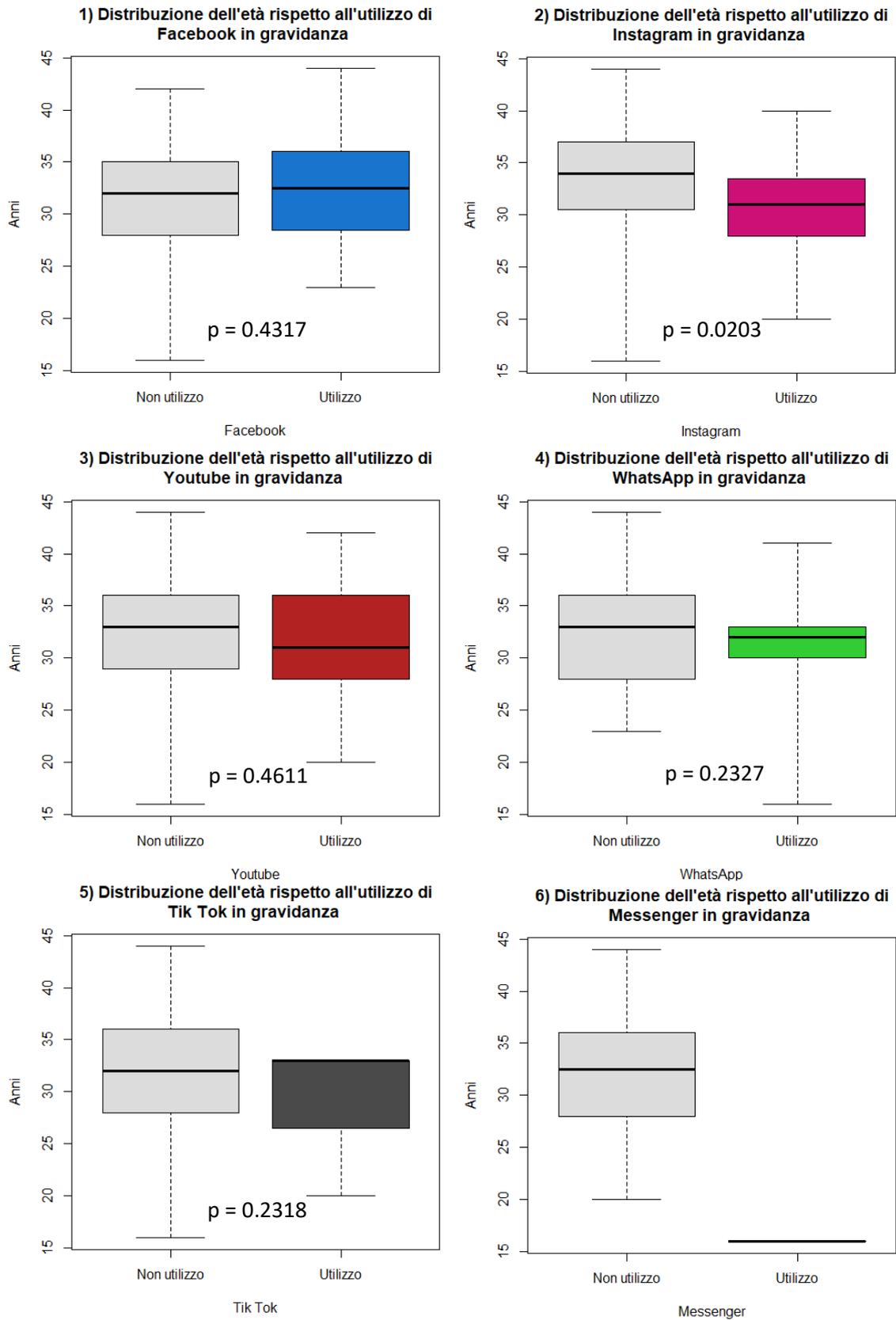


Fig.11 Distribuzione dell'età rispetto ai social network maggiormente utilizzati e probabilità (p)

Per quanto riguarda invece le probabilità fornite dal test relative agli altri social network, si ottengono dei valori superiori all'errore massimo stabilito e quindi non statisticamente significative. Non è stato eseguito il *t-test* per quanto riguarda la distribuzione dell'età in funzione all'utilizzo di Messenger poiché non sono stati raccolti dati sufficienti che ne testimonino un utilizzo rilevante (il 99.1% ha dichiarato di non averlo utilizzato). Osservando difatti il *grafico 6* è possibile distinguere soltanto una linea retta che descrive la distribuzione dell'età del gruppo di donne che ha utilizzato Messenger, tale linea indica che solo una persona ha utilizzato il social network e corrisponde all'età di quella donna. Infine è stata calcolata la stima puntuale relativa all'utilizzo dei social network andando a costruire attorno a questa stima un intervallo di confidenza al 95% (IC 95%).

Social Network	IC 95%
Facebook	0.62-0.80
Instagram	0.40-0.58
YouTube	0.13-0.29
WhatsApp	0.12-0.26
Tik Tok	0-0.06
Messenger	0-0.03

Tabella 2
Intervalli di confidenza al 95% dei vari social network

Nella *Tabella 2* è stato riportato l'intervallo di confidenza di ogni social network: in questo intervallo, con una probabilità del 95%, è compresa la proporzione di donne che ha utilizzato quel determinato social network nella popolazione.

3.2.3 Confronto tra i social network e le altre fonti di informazione utilizzate durante l'epoca gestazionale

Proseguiamo l'analisi mettendo a confronto i social network con le altre fonti di informazione utilizzate durante la gravidanza; le partecipanti hanno avuto la possibilità di selezionare più di una opzione relativa al quesito.

Elaborando i dati e sintetizzando ogni variabile tramite frequenza percentuale, si sono ottenuti i seguenti risultati: il 62.6% delle donne ha consultato familiari e amici, il 57.9%

ha utilizzato i social network, il 56.1% ha partecipato ad un corso preparato, il 42.1% ha consultato forum e blog riguardanti la gravidanza, il 35.5% ha letto riviste e libri, il 2.8% ha cercato informazioni nelle riviste scientifiche tramite banche dati (come PubMed) e infine lo 0.9% ha utilizzato anche la radio e la televisione come fonte di informazione. È interessante osservare come i social network siano la seconda fonte d'informazione più utilizzata dalle donne in gravidanza del campione in esame (Fig.12).

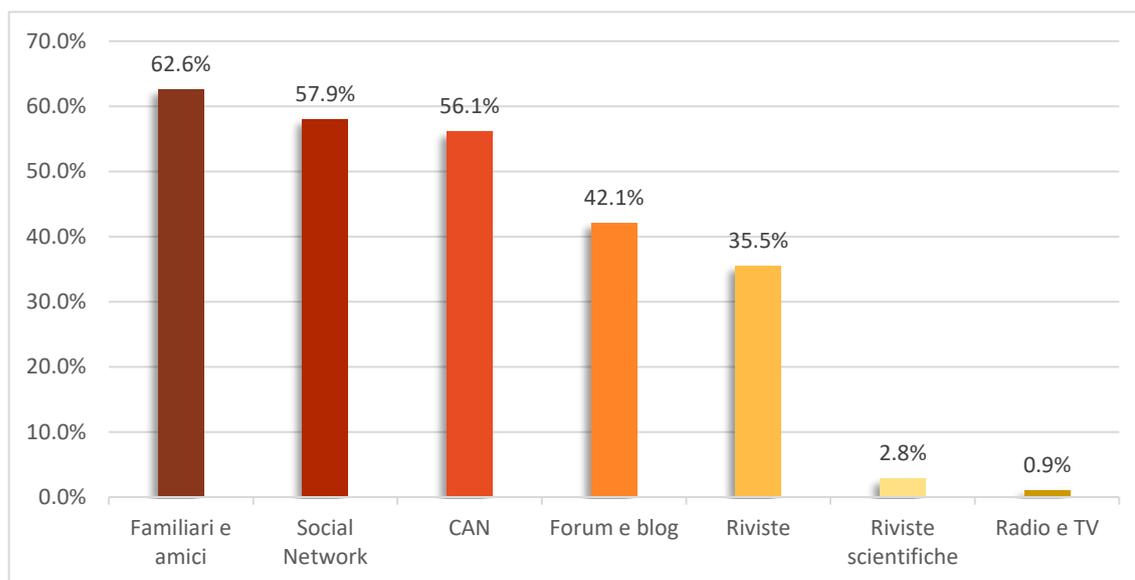


Fig.12
Distribuzione percentuale delle fonti di informazione maggiormente utilizzate in gravidanza

In seguito è stata valutata, come per le variabili precedenti, la distribuzione dell'età di ogni fonte di informazione confrontando il gruppo di donne che l'avevano utilizzata e quello dove invece non ne avevano fatto uso (Fig.13). La distribuzione dell'età risulta simile in entrambi i gruppi intesi come utilizzo/non utilizzo della fonte di informazione e a sua volta l'età media non si discosta di tanto tra le diverse variabili. La maggior parte delle osservazioni non è statisticamente significativa, il test T di Student per campioni indipendenti è stato eseguito per ogni fonte soggetta allo studio, ottenendo tutte probabilità *p-value* dal valore superiore all'errore massimo prestabilito del 5% ad eccezione della variabile riviste e libri.

Osservando il *grafico 5* (Fig.13) appare visibile la differenza di distribuzione dell'età tra il gruppo che ha letto libri e riviste sulle gravidanze e il gruppo che non li ha letti; l'età media risulta maggiore nel gruppo di donne che ha utilizzato questa fonte di informazione.

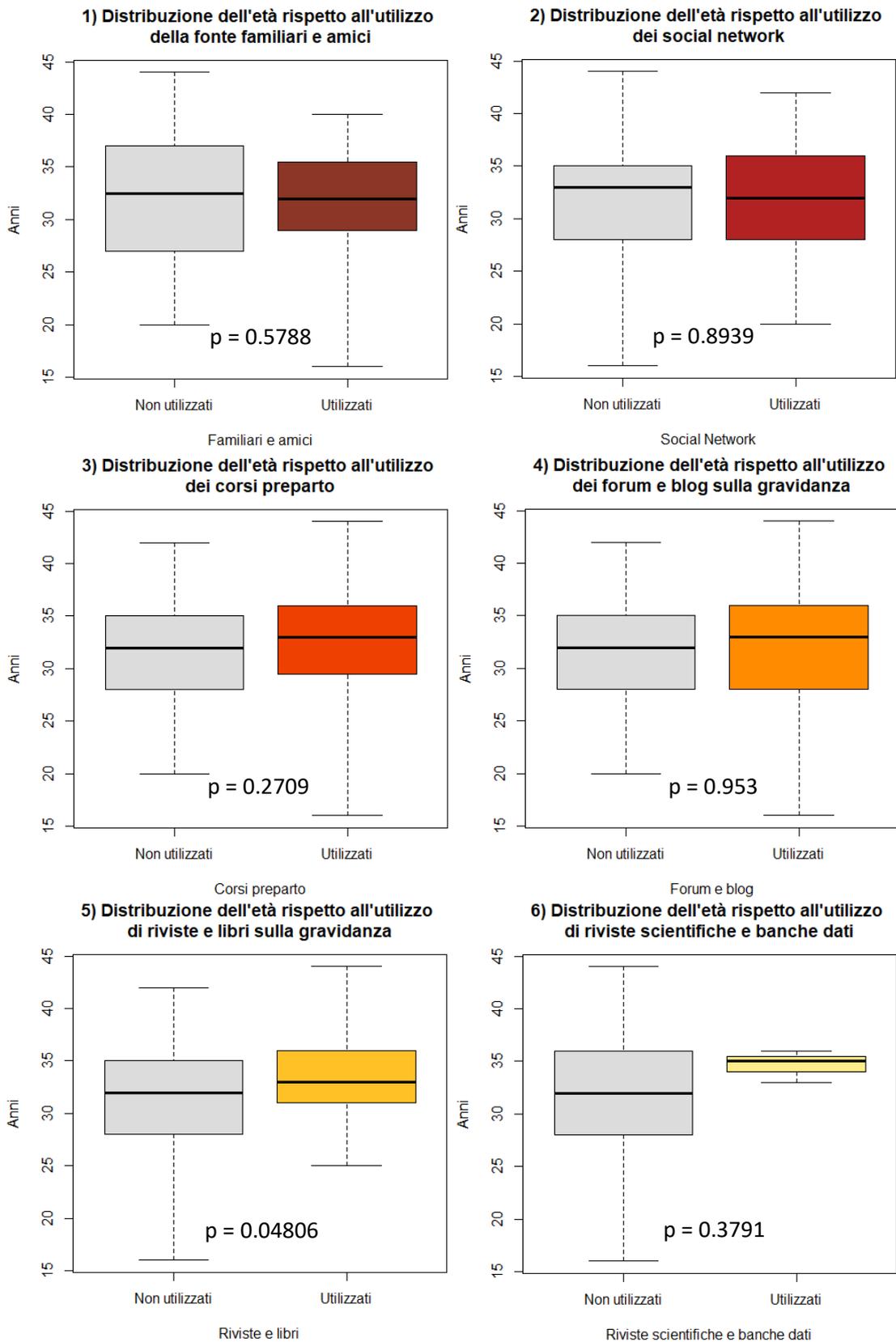


Fig.13 Distribuzione dell'età rispetto all'utilizzo delle fonti di informazione e probabilità (p)

Eseguendo il *t-test* per la variabile libri/riviste viene fornita una probabilità *p-value* uguale a 0.04806 ovvero al 5%. Ciò significa che la differenza tra l'età media campionaria delle donne che hanno letto libri/riviste e l'età media campionaria delle donne che non li hanno letti risulta statisticamente significativa e con una probabilità del 5% possiamo osservare questo fenomeno all'interno della popolazione.

Non è stato eseguito il *t-test* per quanto riguarda la distribuzione dell'età in funzione all'utilizzo della radio e della televisione come fonte di informazione poiché non sono stati raccolti dati sufficienti che ne testimonino un utilizzo rilevante (il 99.1% ha dichiarato di non averle utilizzate).

Le variabili rappresentanti le fonti di informazione consultate in gravidanza sono state analizzate in funzione alla parità, i due gruppi sono stati messi a confronto eseguendo il test statistico di Chi-quadrato con un livello di significatività del 5% (Tabella 3).

n (%)		Parità		p* <i>test di Chi-quadrato</i>
		Nullipare n=50	Pluripare n=57	
1) Familiari e amici	Utilizzo	36 (72)	31 (54.4)	0.0932
	Non utilizzo	14 (28)	26 (45.6)	
2) Social Network	Utilizzo	32 (64)	30 (52.6)	0.3211
	Non utilizzo	18 (36)	27 (47.4)	
3) Corso preparto	Utilizzo	34 (68)	26 (45.6)	0.03295
	Non utilizzo	16 (32)	31 (54.4)	
4) Forum e blog sulla gravidanza	Utilizzo	20 (40)	25 (43.9)	0.8358
	Non utilizzo	30 (60)	32 (56.1)	
5) Riviste e libri sulla gravidanza	Utilizzo	19 (38)	19 (33.3)	0.7635
	Non utilizzo	31 (62)	38 (66.7)	
6) Riviste scientifiche e banche dati	Utilizzo	2 (4)	1 (1.8)	0.9083
	Non utilizzo	48 (96)	56 (98.2)	

Tabella 3

Distribuzioni di frequenza delle variabili fonti di informazione in funzione della parità

Non emergono grandi differenze rispetto la descrizione dell'intero campione, le differenze osservate nei due gruppi non sono statisticamente significative ad eccezione della variabile corso preparto. Come si può vedere nella *Tabella 3*, le nullipare in maggior numero hanno partecipato al corso preparto (68%) mentre tra le pluripare è predominante la percentuale di donne che non vi ha partecipato (54.4%).

La *p-value* fornita dal test di Chi-quadrato è 0.03295 cioè pari al 3% e quindi statisticamente significativa, possiamo dunque affermare che esiste la probabilità di osservare il dato estratto dal campione nella popolazione con un livello di significatività inferiore al 5%. Nei paragrafi successivi verrà trattata più approfonditamente la relazione tra i social network e i corsi preparato.

In conclusione di ogni variabile rappresentante le varie fonti di informazione è stata calcolata la stima puntuale relativa all'utilizzo, andando poi a costruire attorno a questa stima un intervallo di confidenza al 95% (IC 95%).

Fonti di informazione	IC 95%
Familiari e amici	0.61-0.65
Social network	0.49-0.67
Corso preparato	0.47-0.65
Forum e blog	0.33-0.51
Riviste e libri	0.27-0.45
Riviste scientifiche	0-0.06
Radio e TV	0-0.03

Tabella 4
Intervalli di confidenza al 95% dei vari social network

Nella *Tabella 4* è stato riportato l'intervallo di confidenza di ogni fonte di informazione: in questo intervallo, con una probabilità del 95%, è compresa la proporzione di donne che ha utilizzato quella determinata fonte nella popolazione.

3.3 L'OPINIONE DELLE DONNE SULL'UTILITÀ DEI SOCIAL NETWORK DURANTE LA GRAVIDANZA

Analizziamo ora come vengono percepiti i social network dalle donne in gravidanza considerandoli dal punto di vista dell'utilità: è stato chiesto alle partecipanti se ritenessero i social network un buon strumento di aiuto e sostegno o se invece così non fosse. Il 65.4% delle donne ritiene che i social network possano essere uno strumento utile per le coppie in dolce attesa contro il 34.6% di donne che invece non li considera tali (Fig.14). Lo studio è proseguito approfondendo ulteriormente con il confronto tra la distribuzione dell'età nei due gruppi espressi in relazione all'utilità o meno dei social network: l'analisi

si rivela statisticamente significativa poiché, come si evince dalla *figura 15*, la distribuzione dell'età differisce nei due gruppi, in particolare si può notare che l'età media è inferiore nel gruppo di donne che ritiene i social network uno strumento utile (Fig.15). Un'ulteriore conferma l'abbiamo tramite il test T di Student per campioni indipendenti il quale fornisce una probabilità *p-value* del 0.03421 ovvero pari al 3%.

Ciò significa che la differenza tra l'età media campionaria delle donne che ritengono i social network uno strumento utile e l'età media campionaria delle donne che non li ritengono tali risulta statisticamente significativa e con una probabilità del 3% possiamo osservare questo fenomeno all'interno della popolazione

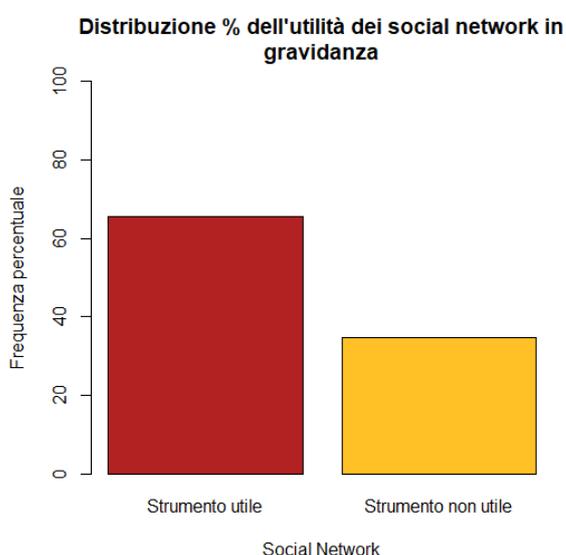


Fig.14
Distribuzione percentuale dell'opinione delle donne inerente all'utilità dei social network

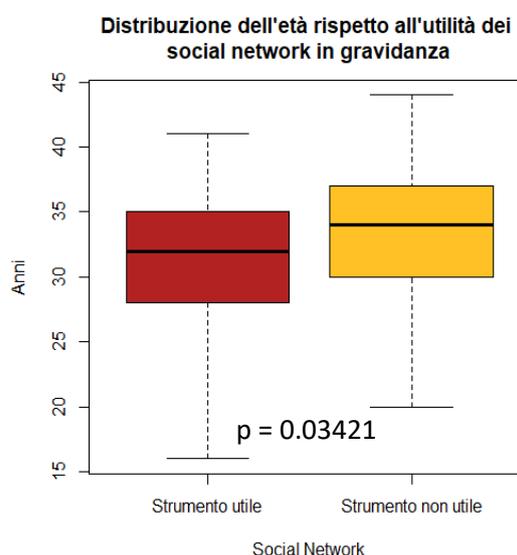


Fig.15
Distribuzione dell'età rispetto all'opinione delle donne inerente all'utilità dei social network e probabilità (*p*) determinata dal t-test

Alle partecipanti è stato chiesto successivamente il motivo per cui hanno questa opinione relativa all'utilità dei social network con la possibilità di selezionare più di una opzione relativa al quesito.

Elaborando i dati si è visto che tra le donne che reputano i social network un mezzo utile e di sostegno il 77.1% afferma che sono un luogo virtuale dove si possono conoscere altre coppie con un vissuto simile, il 21.4% sostiene che permettono di consultare altri professionisti e infine il 17.1% li considera come tali perché offrono tante informazioni che non sempre vengono fornite dai professionisti (Fig.16).

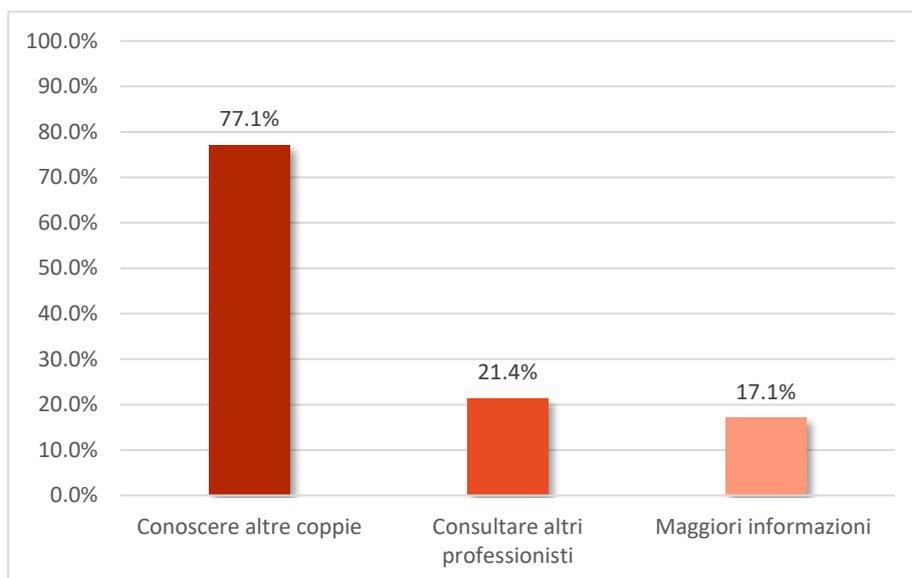


Fig.16
Distribuzione percentuale dei principali motivi per cui le donne ritengono i social network uno strumento utile e di sostegno

Osserviamo dei dati diversi per quanto riguarda il gruppo di donne che giudica i social network come non utili: il 64.9% sostiene che spesso si trovano delle informazioni sbagliate, il 54.1% dichiara che l'esperienza di altre coppie può avere un'influenza negativa e infine il 54,1% afferma di avere fiducia soltanto nei confronti dei professionisti sanitari e delle strutture ospedaliere/consultoriali (Fig.17).

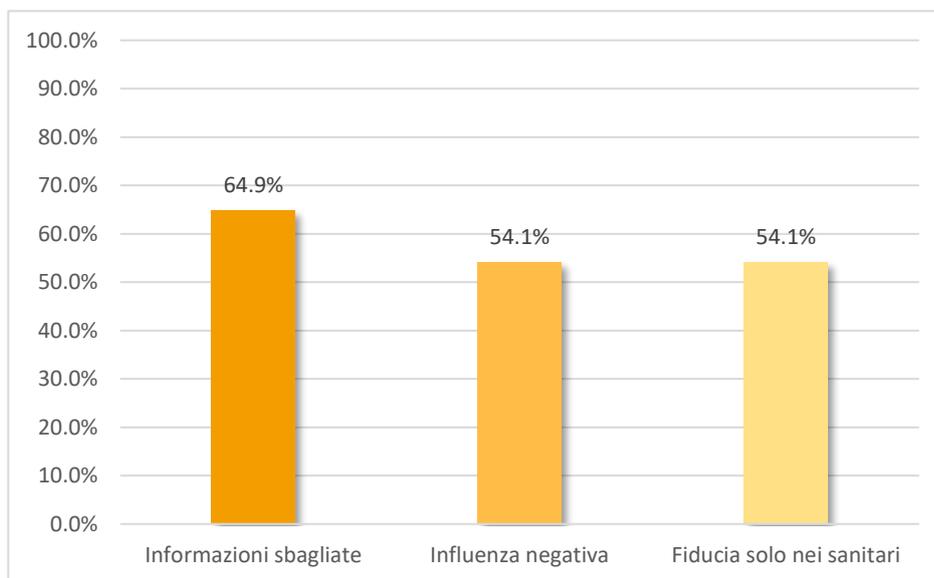


Fig.17
Distribuzione percentuale dei principali motivi per cui le donne ritengono i social network uno strumento non utile

Per concludere l'analisi inerente all'utilità dei social network intesa come strumento di aiuto e sostegno, la variabile è stata analizzata in funzione della parità (Fig.18).

Dal grafico si osserva una minima differenza tra i due gruppi in termini di utilità e non utilità dei social network: il 70% delle nullipare li ritiene utili mentre il restante 30% non li ritiene tali, nelle pluripare invece il 61,4% li ritiene utili contro il 38,6% che crede il contrario. Per avere un'ulteriore conferma dei dati rappresentati dal grafico (Fig.18) è stato eseguito il test statistico di Chi-quadrato il quale ha fornito una *p-value* uguale a 0.4659, di conseguenza lo studio valutante l'utilità dei social network in funzione della parità non risulta statisticamente significativo.

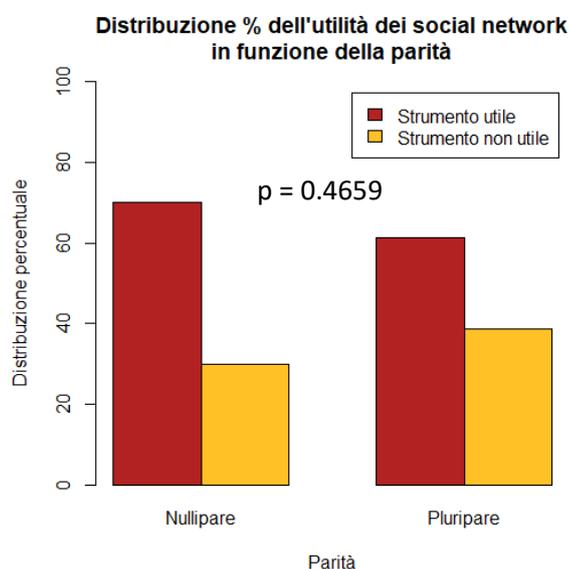


Fig.18
Distribuzione percentuale dell'utilità dei social network in funzione della parità e probabilità (p) determinata dal Chi-quadrato test

3.4 CONFRONTO TRA I CORSI D'ACCOMPAGNAMENTO ALLA NASCITA E I SOCIAL NETWORK

Abbiamo già annunciato precedentemente il confronto tra il corso d'accompagnamento alla nascita e i social network, entrambi tra le fonti di informazione più utilizzate dalle donne in gravidanza. Analizzando nello specifico la prima variabile, si è visto che il 56,1% delle donne ha partecipato in questa gravidanza ad un corso parto contro il 43,9% che invece non vi ha partecipato (Fig.19).

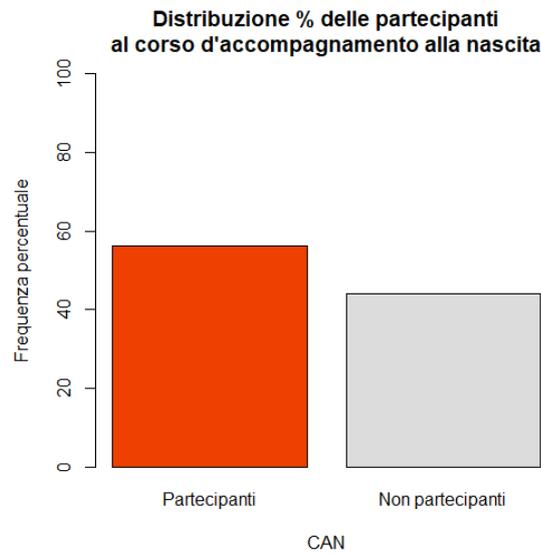


Fig.19
 Distribuzione percentuale della partecipazione ad un corso preparato in questa gravidanza

A coloro che vi hanno partecipato è stato chiesto se il corso si fosse rivelato d'aiuto con la possibilità di selezionare più di una risposta, elaborando i dati si evince che per il 75% delle donne il corso è stato utile perché ha fornito delle informazioni per affrontare meglio il travaglio, per il 43.3% è stato d'aiuto perché ha permesso di conoscere altre coppie con cui confrontarsi e infine il 15% ha affermato che il corso non è stato utile più di tanto (Fig.20).

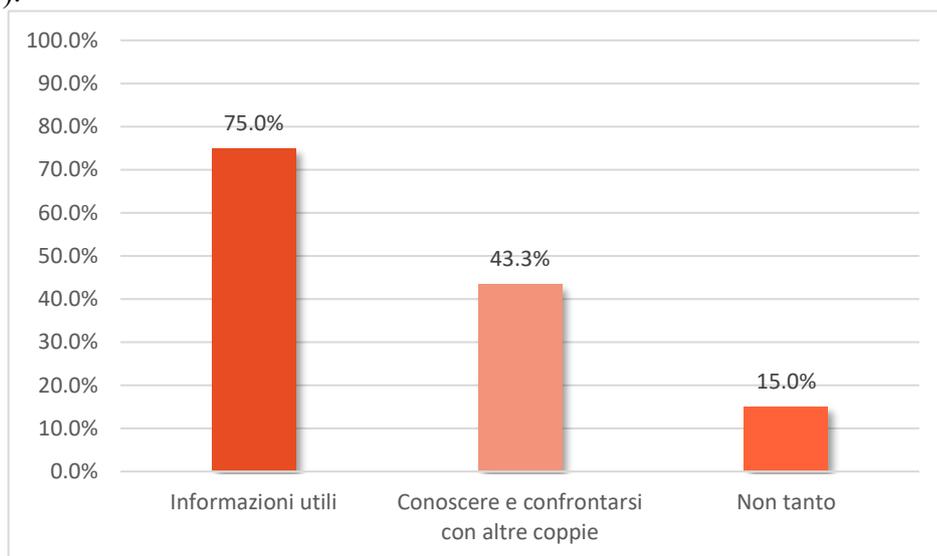


Fig.20
 Distribuzione percentuale dell'opinione delle donne inerente all'utilità del corso preparato

A coloro che vi invece hanno scelto di non partecipare è stato chiesto il motivo della loro decisione con la possibilità di selezionare più di una risposta, elaborando i dati si ottengono i seguenti risultati: la maggioranza delle donne non vi ha partecipato per mancanza di tempo libero (40.4%) o perché vi aveva partecipato in una gravidanza precedente (36.2%) mentre una percentuale inferiore (23.4%) dichiara di aver preferito consultare altre fonti di informazione (Fig.21).

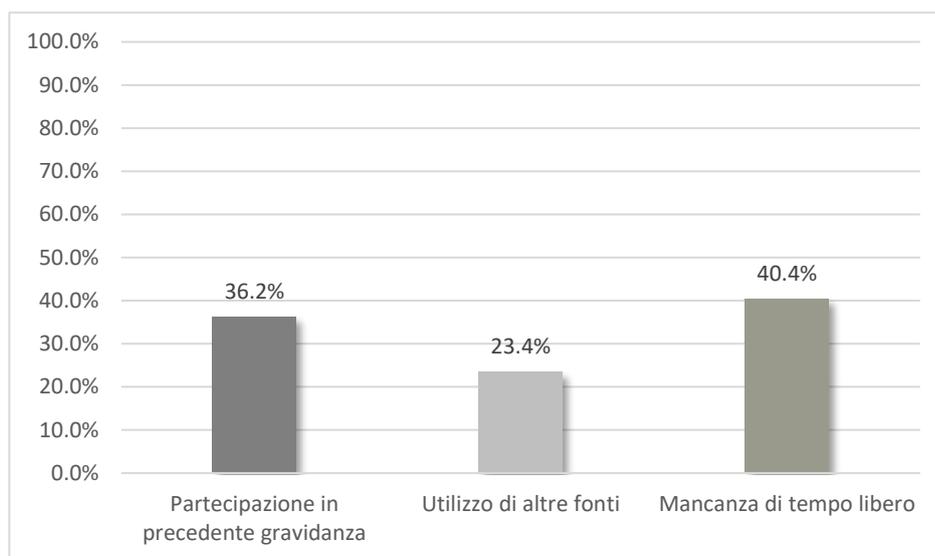


Fig.21
Distribuzione percentuale dei motivi principali per cui le donne hanno scelto di non partecipare a un corso preparto

Giunti a questo punto della ricerca, suscita interesse studiare la correlazione tra la partecipazione ad un corso preparto e l'utilizzo dei social network. La figura 22 sintetizza al meglio questo rapporto evidenziando che, tra coloro che non hanno utilizzato i social network, il 53.3% ha partecipato ad un corso preparto mentre il 46.6% non vi ha partecipato; invece, tra coloro che hanno utilizzato i social network, il 58.1% ha partecipato ad un corso preparto mentre il 41.9% non vi ha partecipato (Fig.22). La differenza tra le proporzioni non è molto rilevante e ciò lo conferma anche la probabilità *p-value* pari al 0.2709 fornita dal Test di Chi-quadrato, una percentuale nettamente superiore al livello di significatività del 5% stabilito a priori, di conseguenza lo studio si dimostra non statisticamente significativo.

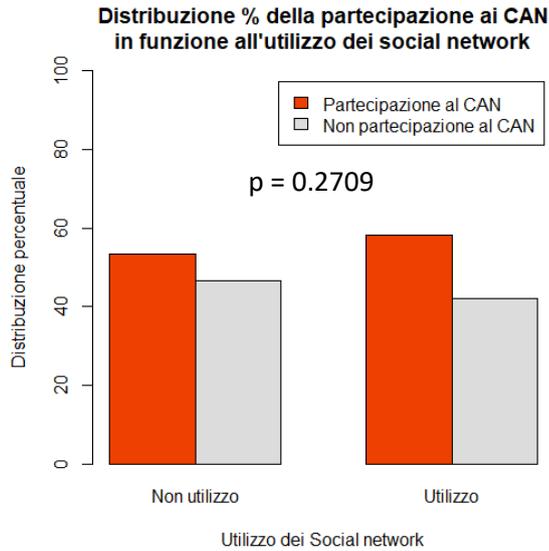


Fig.22
Distribuzione percentuale della partecipazione al corso preparato in funzione dell'utilizzo dei social network e probabilità (p) determinata dal Chi-quadrato test

È stata inoltre chiesta l'opinione delle donne riguardo le informazioni erogate dal corso preparato e quelle presenti sui social network mettendole a confronto: il 64.5% delle donne sostiene che si ottengono più informazioni inerenti alla gravidanza, il parto e la cura del neonato partecipando al corso preparato, il 32.8% afferma che le due fonti erogano informazioni simili e infine il 3.7% dichiara che si ottengono più informazioni sui social network (Fig.23).

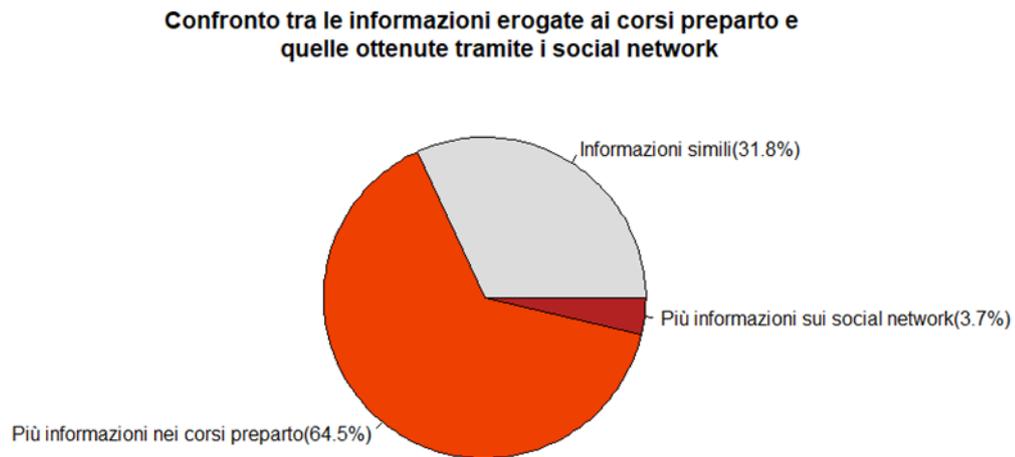


Fig.23
Distribuzione percentuale del confronto tra le informazioni erogate ai corsi preparato e quelle ottenute tramite i social network

Successivamente è stata analizzata la distribuzione dell'età relativa alla variabile ottenendo dei risultati interessanti: come si può notare dalla *figura 24* esiste una differenza notevole di distribuzione dell'età inerente alle diverse modalità della variabile. In particolare è evidente come la distribuzione dell'età del gruppo che ritiene che le informazioni a confronto siano simili è inferiore rispetto al gruppo che invece sostiene che tramite i corsi preparato vengono erogate più informazioni (Fig.24).

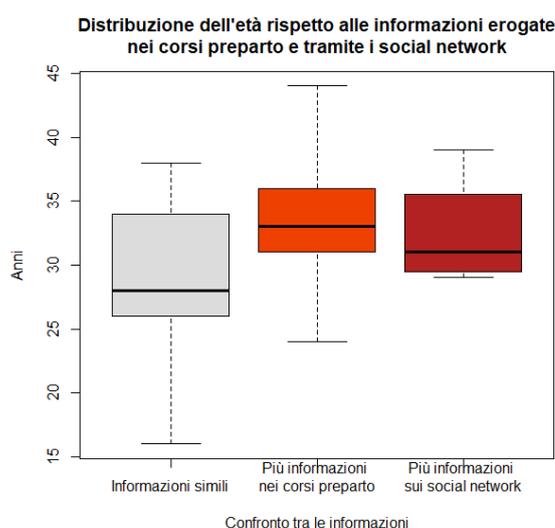


Fig.24
Distribuzione dell'età rispetto all'opinione delle donne inerente alle informazioni erogate nei corsi preparato e tramite i social network

Lo studio si conclude analizzando l'influenza mediatica dei social network nei confronti dei corsi preparato, ovvero se i social network siano o meno un mezzo efficace di diffusione e promozione dei corsi preparato. La *figura 25* illustra i seguenti risultati: il 74.8% afferma che ha sentito parlare poco dei corsi preparato sui social network, il 22.4% invece dichiara di averne sentito parlare e che veniva consigliato da altre coppie, infine il 2.8% ne ha sentito parlare ma veniva sconsigliata la partecipazione perché non utile (Fig.25).

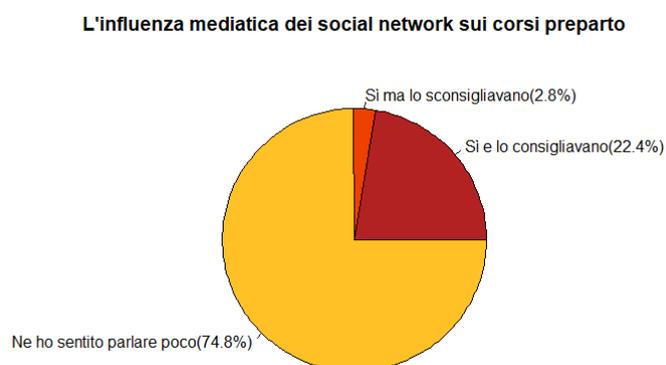


Fig.25
Distribuzione percentuale dell'influenza mediatica dei social network sui corsi preparato

3.5 L'UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK DURANTE IL TRAVAGLIO E IL PARTO

Come già accennato, dal campione in esame è stato estratto un sottogruppo di donne che gentilmente ha partecipato all'indagine riguardante l'influenza dei social network durante il travaglio e il parto. L'unico criterio di inclusione adottato prevedeva la precedente adesione al questionario inerente all'influenza dei social network in gravidanza. Inoltre, sono state escluse dallo studio le donne che hanno avuto un parto cesareo elettivo.

Sono state valutate 53 puerpere, tra queste il 79,2% ha avuto un parto vaginale contro il 20,8% che invece ha avuto un parto cesareo (Fig.26).

È stato indagato in che modo i social media avessero influenzato le aspettative sul travaglio e sul parto attraverso una scala di misura comprendente le modalità *per niente, poco, abbastanza, molto*.

I dati raccolti hanno dimostrato che il 27.3% delle donne non è stata influenzata affatto dai social network, il 63.6% poco e il 9.1% abbastanza, nessuna di loro ha affermato di essere stata molto influenzata (Fig.27).

La stessa scala di misura è stata applicata per analizzare l'utilizzo dei social network durante il travaglio: il 66% delle puerpere non li ha utilizzati affatto, il 20.8% poco e il 13.2% abbastanza; anche in questo caso nessuna ha dichiarato di averli utilizzati molto (Fig.28).

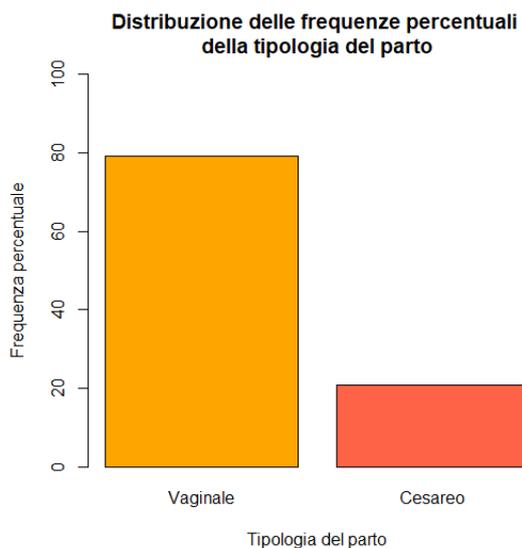


Fig.26
Distribuzione percentuale della tipologia del parto

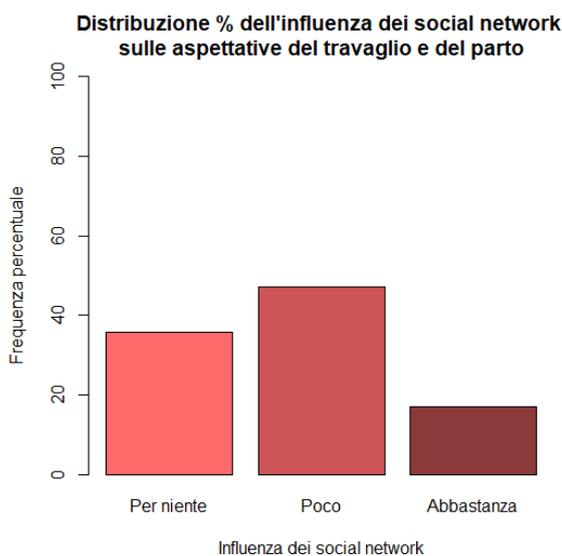


Fig.27
Distribuzione percentuale dell'influenza dei social network sulle aspettative del travaglio e del parto

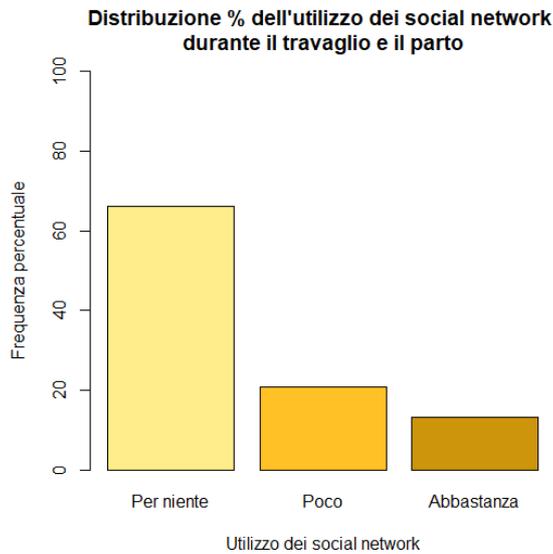


Fig.28
Distribuzione percentuale dell'utilizzo dei social network durante il travaglio

3.5.1. Relazione tra utilizzo e influenza dei social network ed esito del parto

È stato deciso di proseguire l'analisi mettendo a confronto l'influenza e l'utilizzo dei social network in funzione all'esito del parto.

Per quanto concerne l'influenza che i social network hanno avuto sulle aspettative del travaglio e del parto non sono state rilevate delle differenze significative: la maggior parte delle donne è stata poco influenzata in entrambi i gruppi (42.9% tra chi ha avuto un parto vaginale e 63.9% tra chi ha avuto un parto cesareo). Inoltre si può notare come la percentuale di chi non è stata influenzata affatto dai social network sia maggiore nel gruppo del parto vaginale (38.1%) rispetto al gruppo del parto cesareo (27.3%). Tuttavia, questa tendenza si verifica anche per coloro che sono state abbastanza influenzate dai social network: con il 19% il valore maggiore appartiene al gruppo del parto vaginale contro il 9.1% del gruppo del parto cesareo. Questi dati testimoniano il fatto che, a prescindere dall'influenza che i social network possano avere riguardo alle aspettative sul travaglio e sul parto, l'esito non verrà condizionato. Un'ulteriore conferma l'abbiamo ottenuta eseguendo il test statistico di Chi-quadrato: la probabilità *p-value* fornita è pari a 0.4908, una percentuale nettamente superiore al livello di significatività del 5% stabilito a priori, di conseguenza si dimostra non essere statisticamente significativa (Fig.29).

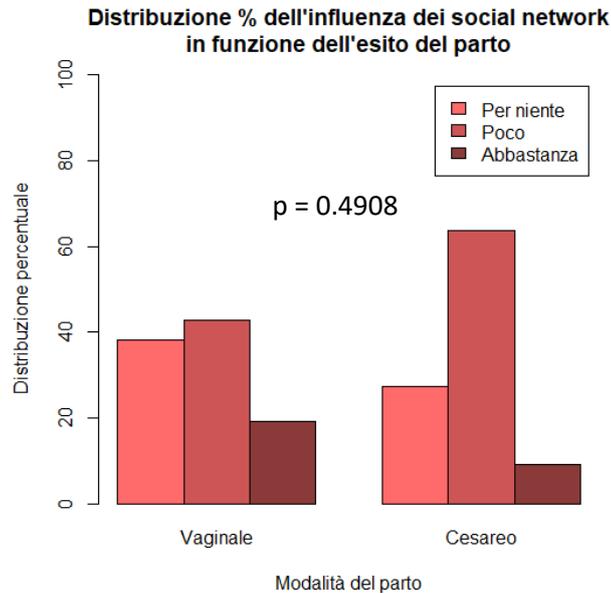


Fig.29

Distribuzione percentuale dell'influenza dei social network in funzione dell'esito del parto e probabilità (p) determinata dal Chi-quadrato test

Successivamente è stato preso in esame il rapporto tra l'utilizzo dei social network durante il travaglio e la modalità del parto: non state registrate delle differenze rivelanti tra le proporzioni nei due gruppi. La maggior parte delle partecipanti non li ha utilizzati affatto e si può osservare come questa percentuale sia leggermente superiore nel gruppo di donne del parto cesareo (72.7%) rispetto al gruppo del parto vaginale (64.3%). In quanto alle altre due modalità della variabile, l'incidenza è simile in ambedue i gruppi anche se è di poco maggiore tra le donne che hanno avuto un parto vaginale: tra queste il 21.4% ha utilizzato poco i social network mentre il 14.3% li ha utilizzati abbastanza; nel gruppo del parto cesareo, rispettivamente, i social network sono stati utilizzati poco dal 18.2% e abbastanza dal 9.1%. Questi risultati dimostrano che non esiste una correlazione statisticamente significativa tra l'utilizzo dei social network durante il travaglio e l'esito del parto: il test statistico di Chi-quadrato fornisce una probabilità *p-value* molto elevata rispetto al livello di significatività del 5%, a testimonianza del fatto che il tempo trascorso sui social media durante il travaglio non è associato alla modalità con cui si verifica il parto (Fig.30).

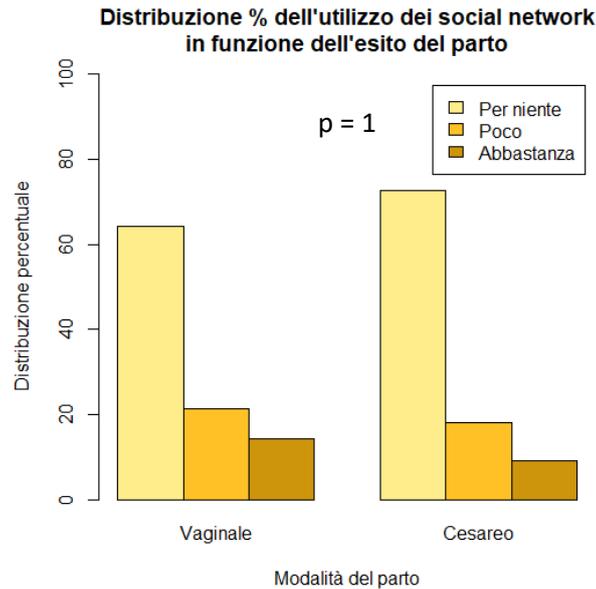


Fig.30
Distribuzione percentuale dell'utilizzo dei social network in funzione dell'esito del parto e probabilità (p) determinata dal Chi-quadrato test

3.5.2. Effetti positivi e negativi ottenuti dal loro utilizzo

Alle donne è stato poi domandato se i social network le avessero aiutate o meno ad affrontare meglio il travaglio: il 79.2% ha affermato di non aver ricevuto giovamento dal loro utilizzo mentre il 20.8% ha dichiarato il contrario (Fig.31).

A coloro che sono rimaste soddisfatte da queste piattaforme, sotto questo punto di vista, è stato chiesto in che modo i social network si siano rivelati d'aiuto: il 90.9% li ha utilizzati per rimanere in contatto con persone importanti che non potevano essere presenti, il 36.4% li ha usati come valvola di sfogo nei momenti di riposo e, infine, soltanto il 9.1% li ha sfruttati per ascoltare musica e vedere video che, a loro volta, hanno aiutato ad affrontare meglio il travaglio (Fig.32).

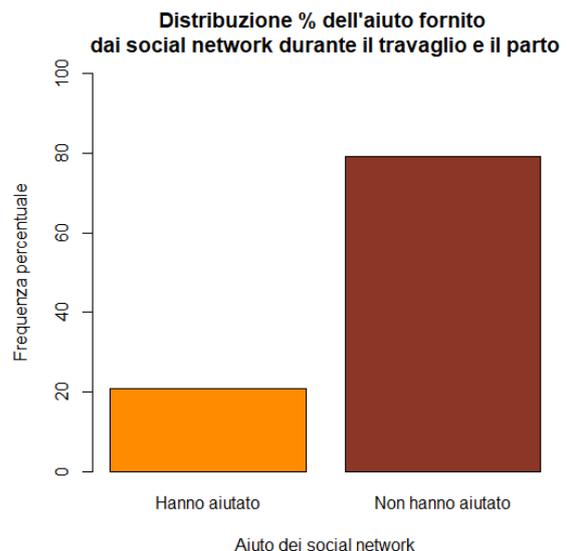


Fig.31
Distribuzione percentuale dell'aiuto fornito dai social network durante il travaglio e il parto

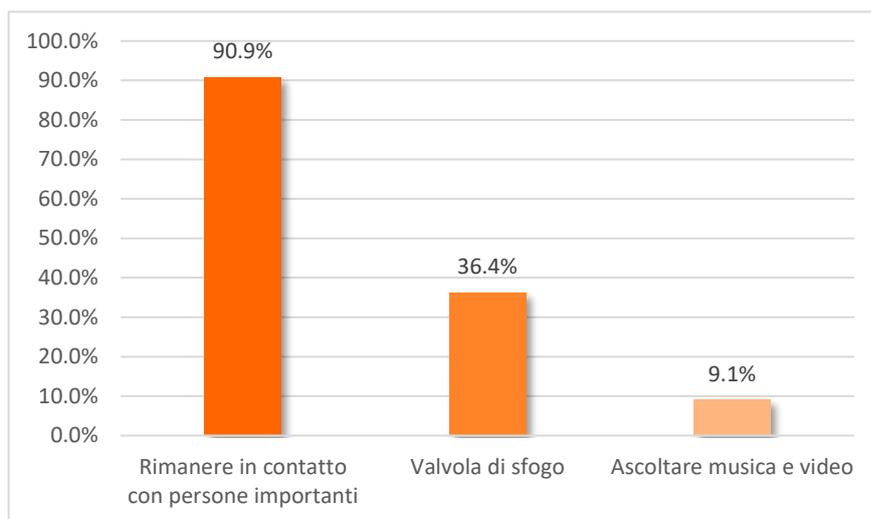


Fig.32
 Distribuzione percentuale delle motivazioni per cui le donne hanno ritenuto d'aiuto i social network durante il travaglio

A coloro che invece hanno risposto di non aver ricevuto alcun aiuto dai social network per affrontare meglio il travaglio, è stato domandato se questi avessero influenzato negativamente il travaglio: il 92.9% afferma che avendoli utilizzati poco non hanno inficiato più di tanto nell'evoluzione del travaglio, il 7.1% sostiene di aver ricevuto troppe domande da parte di parenti e conoscenti (le quali hanno trasmesso ansia e preoccupazione) e infine il 2.4% ha riconosciuto nei social network una fonte di distrazione negativa che non sempre ha permesso di poter vivere appieno le sensazioni del travaglio (Fig.33).

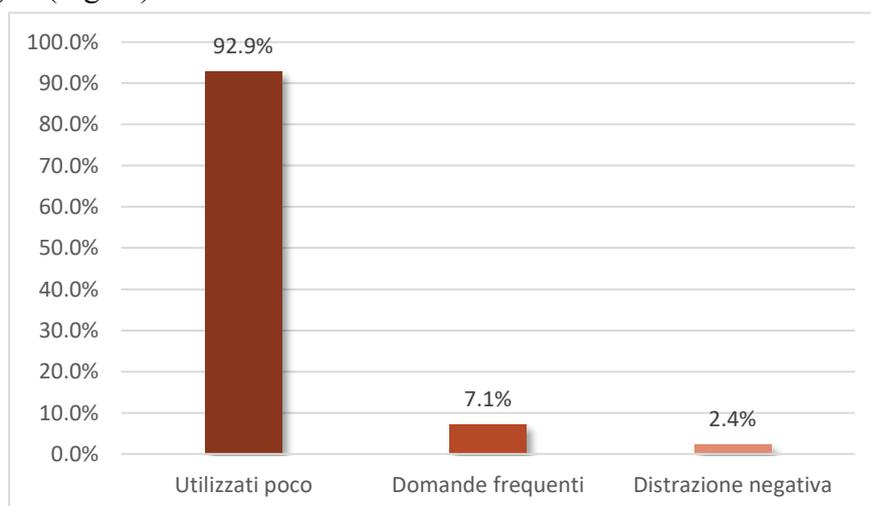


Fig.33
 Distribuzione percentuale delle motivazioni per cui le donne non hanno ritenuto d'aiuto i social network durante il travaglio

Di seguito è stato esaminato se l'aiuto fornito o meno dai social network potesse avere delle conseguenze sull'esito del parto. Ne deriva che, per entrambe le categorie, i social network non hanno aiutato durante il travaglio per la maggior parte delle donne; da sottolineare inoltre che tale percentuale è maggiore nel gruppo del parto cesareo (90.9%) rispetto al gruppo del parto vaginale (76.2%). Otteniamo una tendenza opposta per coloro che sono state aiutate dai social media: è superiore il numero di donne che ha avuto un parto vaginale (23.8%) rispetto a quelle che hanno avuto un parto cesareo (9.1%). Questi valori presentano un quadro in cui non sembra esserci alcuna correlazione, degna di nota, tra questi due fattori: tramite il test statistico di Chi-quadrato, ricaviamo una probabilità *p-value* superiore rispetto al livello di significatività del 5%, constatando quindi che l'ipotesi in studio non è statisticamente significativa; di conseguenza l'esito del parto non risulta essere influenzato dall'aiuto che le donne hanno ricevuto o meno tramite i social network (Fig.34).

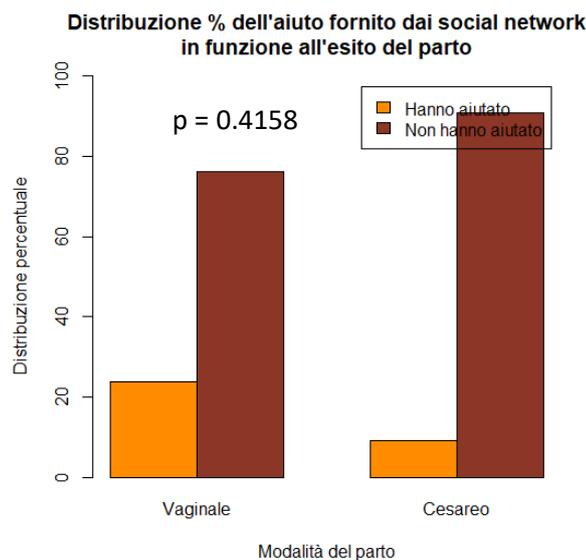


Fig.34
Distribuzione percentuale dell'aiuto fornito dai social network in funzione all'esito del parto e probabilità (*p*) determinata dal Chi-quadrato test

3.5.3. Condivisione sui social network dell'evento nascita

Per approfondire ulteriormente il legame che unisce i social network all'evento nascita, è stato chiesto in quante donne avessero condiviso la notizia sulle piattaforme digitali: il 54.7% ha voluto condividere l'avvenimento sui social media contro il 45.3% che invece non l'ha fatto (Fig.35).

A seguire, è stata analizzata la frequenza con cui le donne hanno condiviso o meno la nascita in relazione all'utilizzo dei social network durante il travaglio: la maggior parte delle partecipanti che li ha utilizzati poco, non ha poi condiviso la notizia (63.6%) e lo stesso fenomeno si è verificato anche nel gruppo di donne che li ha utilizzati abbastanza (57.1%). Dei dati sorprendenti si ricavano, invece, nel gruppo di puerpere che non li ha utilizzati per niente: tra di loro è preponderante l'insieme di donne che ha deciso di condividere l'evento nascita sui social media (62.9%) rispetto a chi invece ha preferito non farlo (37.1%). Ad ogni modo, questi risultati descrivono una realtà che non ha alcun significato dal punto di vista della statistica inferenziale; la probabilità fornita dal test statistico di Chi-quadrato risulta superiore al livello di significatività stabilito a priori ($p\text{-value} = 0.2679$) e per questo motivo si può affermare che ad oggi non si denota un nesso tra l'utilizzo dei social network durante il travaglio e la condivisione dell'evento nascita su queste piattaforme (Fig.36).

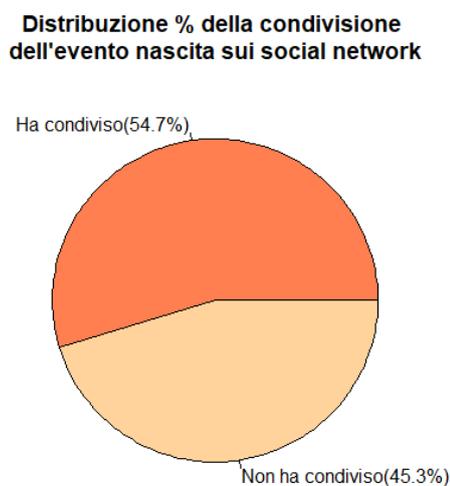


Fig.35
Distribuzione percentuale della condivisione dell'evento nascita sui social network

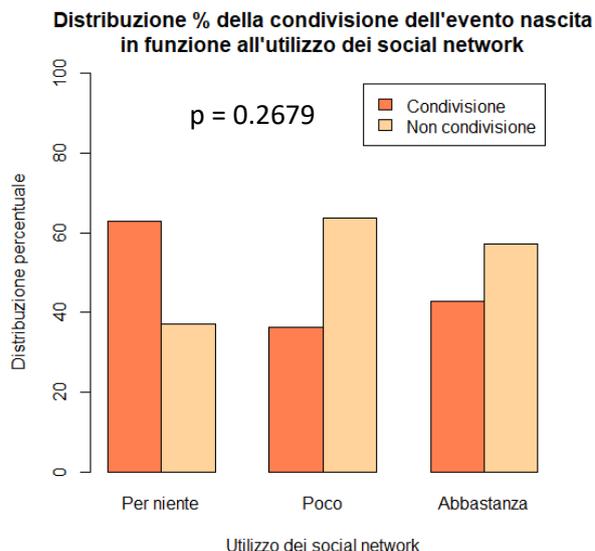


Fig.36
Distribuzione percentuale della condivisione dell'evento nascita in funzione all'utilizzo dei social network e probabilità (p) determinata dal Chi-quadrato test

3.6. UTILITÀ E VERIDICITÀ DELLE INFORMAZIONI ACQUISITE IN GRAVIDANZA E SODDISFAZIONE RIGUARDO ALL'UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK

Lo studio giunge al termine prendendo in esame la soddisfazione finale delle partecipanti in merito all'approccio avuto con i social network durante la gravidanza, il travaglio e il parto. Innanzitutto sono state indagate l'utilità e la veridicità delle informazioni acquisite durante la gravidanza attraverso i social media, tramite una scala di misura comprendente le modalità *assolutamente sì*, *più sì che no*, *più no che sì*, *assolutamente no*.

Le risposte hanno riportato i seguenti dati: il 9.4% ha risposto assolutamente sì, il 43.4% più sì che no, il 35.9% più no che sì e infine l'11.3% assolutamente no (Fig.37). I risultati affermano una certa eterogeneità all'interno del campione, nonostante ci sia una netta prevalenza nelle donne che hanno constatato che le informazioni fossero abbastanza, ma non del tutto, utili e veritiere.

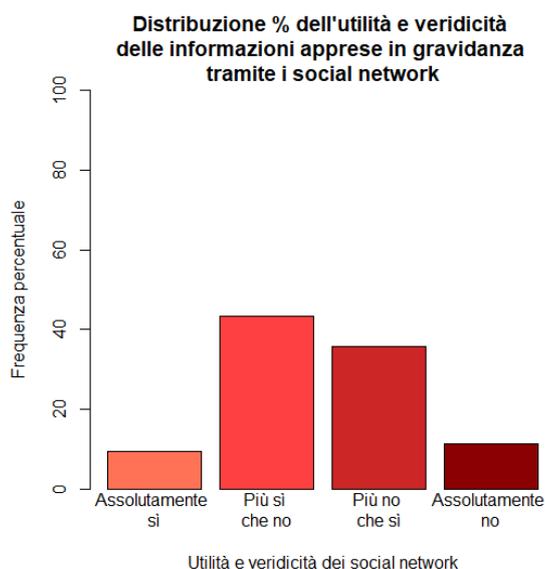


Fig.37
Distribuzione percentuale dell'utilità e veridicità delle informazioni apprese in gravidanza tramite i social network

Successivamente, questa distribuzione è stata analizzata in funzione all'influenza che i social network hanno avuto sulle aspettative del travaglio e del parto.

Affinché lo studio possa risultare di facile comprensione, verrà presa in considerazione ogni variabile volta per volta.

Nel gruppo di donne che hanno dichiarato di non essere state influenzate per niente dai social network, la maggior parte di loro ha stabilito che le informazioni erogate dai social media in gravidanza fossero utili e veritiere perlopiù sì (36.8%) rispetto a chi invece ha risposto perlopiù no (21.1%). Tra queste, il 10.5% ha appurato che le informazioni fossero certamente utili e veritiere contro il 31.6% che invece ha sostenuto il contrario; tra l'altro quest'ultima percentuale rappresenta il totale delle donne che ha risposto assolutamente no (Fig.38).

Tra le donne che sono state poco influenzate dai social network, la maggioranza ha stabilito che le informazioni erogate dai social media in gravidanza fossero utili e veritiere perlopiù sì (48%) rispetto a chi invece ha risposto perlopiù no (44%). Infine, tra coloro che sono state abbastanza influenzate dai social network, abbiamo la stessa frequenza sia nel gruppo che ha ritenuto le informazioni più utili che no (44%), sia nel gruppo che invece le ha ritenute utili più no che sì (44%).

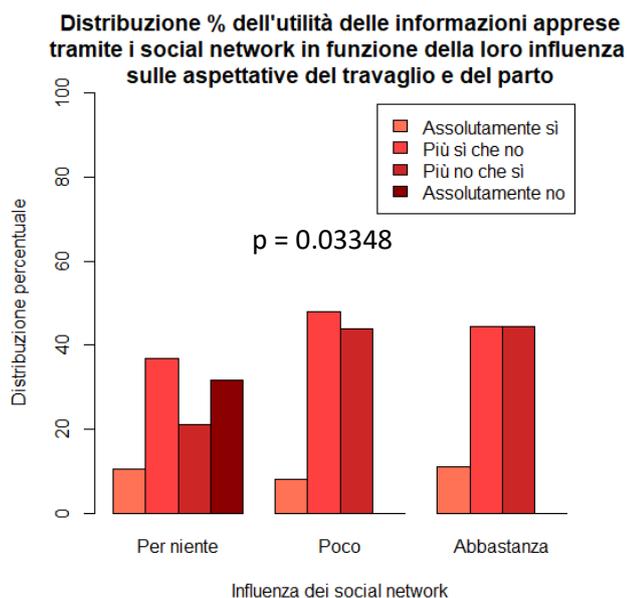


Fig.38

Distribuzione percentuale dell'utilità delle informazioni apprese tramite i social network in funzione della loro influenza sulle aspettative del travaglio e del parto e probabilità (p) determinata dal Chi-quadrato test

Gli esiti di questa ricerca non evidenziano delle grandi differenze tra le proporzioni, relative all'utilità delle informazioni, in funzione all'influenza che hanno avuto i social network; in tutte le modalità è preponderante la classe di donne che ha ritenuto le informazioni abbastanza veritiere e affidabili.

Tuttavia, eseguendo il test di Chi-quadrato otteniamo una *p-value* di 0.03348 cioè pari al 3% e quindi statisticamente significativa: possiamo dunque affermare che esiste la probabilità di osservare il dato estratto dal campione nella popolazione con un livello di significatività inferiore al 5% (Fig.38).

La ricerca termina con le opinioni finali delle donne inerenti alla loro esperienza riguardo all'utilizzo dei social network durante la gravidanza, il travaglio e il parto.

Il 68% delle partecipanti consiglierebbe l'utilizzo dei social media ad altre coppie in dolce attesa; in particolare, il 62.3% li ritiene essere una fonte di sostegno emotivo (non indicati quindi per ricevere informazioni sulla salute) mentre il 5.7% li consiglierebbe perché questi si sono rivelati essere una grande risorsa (Fig.39).

Coloro che invece sconsiglierebbero l'utilizzo dei social network costituiscono il 32% delle partecipanti: tra queste il 9.4% non li consiglierebbe per il rischio di leggere delle informazioni sbagliate, mentre il 22.6% non incoraggerebbe l'utilizzo dei social media onde evitare che questi abbiano un'influenza negativa sulla propria esperienza (Fig.39).

Distribuzione % della soddisfazione riguardante l'utilizzo dei social network durante la gravidanza, il travaglio e il parto

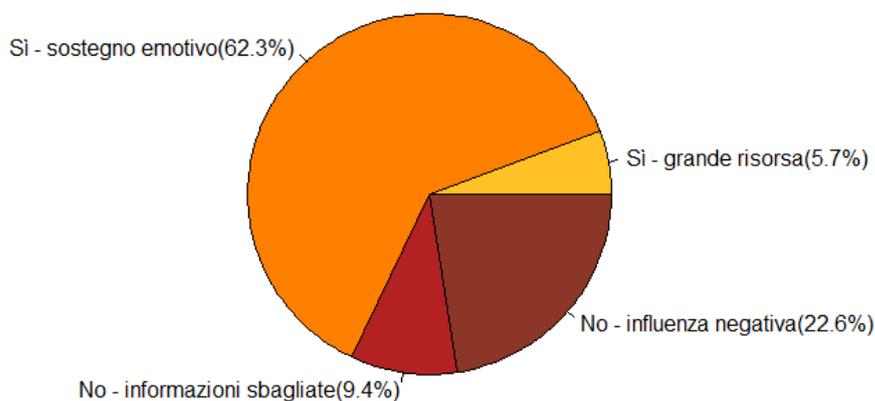


Fig.39

Distribuzione percentuale della soddisfazione delle donne riguardante l'utilizzo dei social network durante la gravidanza, il travaglio e il parto

4. DISCUSSIONE

4.1 I SOCIAL NETWORK IN GRAVIDANZA

L'obiettivo di partenza era quello di indagare l'influenza che i social network hanno avuto durante la gravidanza, il travaglio e il parto; sulla base dei risultati ottenuti attraverso questo studio osservazionale, possiamo andare a sintetizzare gli aspetti più peculiari emersi da questa ricerca.

Iniziamo confrontando i dati relativi alle motivazioni per cui si utilizzano i social network in gravidanza: la letteratura afferma che in gravidanza le donne sono molto attratte dall'ambiente online, in particolare dai gruppi e dalle community che permettono di connettersi con altre donne incinte; tuttavia, nel nostro campione la partecipazione è stata più bassa rispetto all'aspettative con un'aderenza solo del 6.5%.

In accordo con la letteratura riportata, ciò che risalta maggiormente è che le donne scelgono di utilizzare i social media con il fine di ottenere informazioni riguardanti la gravidanza (soprattutto lo sviluppo fetale e la nutrizione), il parto e la cura del neonato; questa prospettiva si verifica anche all'interno del campione dove il 59.8% ha affermato di aver utilizzato i social network per questo motivo. Oltretutto, si è visto che coloro che hanno utilizzato i social media per informarsi sono in gran parte giovani e nullipare, un dato statisticamente significativo che avvalora quanto è stato ottenuto in precedenti studi presenti in letteratura.

Quest'ultima, inoltre, afferma che il social networking rappresenta un meccanismo che permette alle donne di stabilire e mantenere connessioni sociali e relazioni intime con altre madri; ciononostante, nel nostro campione soltanto il 22.4% ha utilizzato i social media per confrontarsi con altre donne mentre il 19.6% ha preferito utilizzarli per condividere la propria esperienza.

Un altro aspetto che viene riportato dalla letteratura è l'utilizzo dei social network per consultare altri esperti nel settore, prestazione solitamente molto apprezzata: nel campione in esame solamente il 12.1% li ha utilizzati per questo motivo anche se, tra chi ha constatato che i social network possano essere uno strumento di aiuto e sostegno, il 21.4% sostiene che la consulenza con altri professionisti sia uno dei motivi che li rendono utili.

Nonostante non siano stati trovati degli studi che abbiano analizzato questa possibilità, si è osservato che nel campione il 42.1% ha continuato a utilizzare i social media per lo stesso motivo pregravidico e quindi senza scopi inerenti alla gravidanza, il travaglio e il parto. È stato esaminato separatamente l'utilizzo dei social network per chiarire i dubbi riguardanti la gravidanza o il benessere fetale; come affermano gli articoli osservati, alcune donne scelgono di approcciarsi a queste fonti con l'opinione che le informazioni raccolte siano pratiche e dettagliate, altre invece preferiscono non condividere certi contenuti su queste piattaforme perché non li ritengono il luogo più adatto per affrontare certi problemi.

Da questo studio è emerso che il 47.7% delle donne ha utilizzato i social media perché si trovava in uno stato di agitazione e ansia, mentre il 36.4% perché voleva ottenere più informazioni e più rapidamente; entrambe queste motivazioni sono in accordo con quanto presente in letteratura, a conferma del fatto che spesso si sceglie di consultarli per ricevere delle informazioni personalizzate e rassicuranti. In aggiunta, dal campione in esame sono risultati altri aspetti che hanno sollecitato le donne a utilizzare i social network per rispondere a dubbi: il 34.1% ha avuto modo di confrontarsi con altre famiglie la cui esperienza ha aiutato a tranquillizzarsi e, al contempo, il 35% ha cercato delucidazioni perché non voleva disturbare il professionista che ha seguito la gravidanza.

La maggior parte delle donne del nostro campione, al contrario, ha dichiarato di non aver utilizzato i social network per risolvere possibili dubbi (58.9%) principalmente perché ha preferito consultare direttamente i professionisti e/o il pronto soccorso ostetrico (74.6%). Come specifica anche la letteratura, molto spesso le donne nutrono delle perplessità sulle informazioni presenti nei social media e in particolare il 49.2% ha deciso di non utilizzarli proprio per questo motivo; altre invece hanno scelto di informarsi attraverso altre fonti perché provavano disagio a confrontarsi con sconosciuti (6.3%) o quotidianamente non erano solite a connettersi su queste piattaforme (20.6%).

Le pubblicazioni affini all'argomento hanno specificato che non sempre queste reti sociali sono d'aiuto e conforto, alcune infatti possono fornire informazioni sbagliate o addirittura influire sulle decisioni di una coppia in merito alla propria salute e a quella del proprio figlio. Nel nostro studio entrambe queste problematiche sono emerse tra chi ha affermato che i social network non siano un valido strumento di sostegno: il 64.9% sostiene che

spesso si trovano notizie errate e il 54.1%, invece, che l'esperienza negativa di altre coppie può influenzare a sua volta le aspettative su ciò che l'attende. Inoltre, si è visto che nel nostro campione che il 54.4% ha preferito affidarsi direttamente ai professionisti della salute, i consultori e gli ospedali.

La ricerca affronta anche la frequenza con cui i social network sono stati utilizzati dalle donne per fini attinenti alla gravidanza e al parto, la maggior parte degli studi che hanno trattato questo ambito si sono limitati ad indagare l'uso dei social media all'interno della popolazione generale e non nello specifico tra le donne in gravidanza; di conseguenza i dati ricavati sono stati messi a confronto con quelli inerenti alla totalità della nazione. Innanzitutto notiamo che il social network maggiormente utilizzato in gravidanza è Facebook (71%), il capostipite di questo mondo virtuale che si conferma anche a livello nazionale una delle piattaforme con più utenti connessi (80.4%). Tra gli italiani però il social media più utilizzato è YouTube (85.3%), che nel nostro campione invece non ha riscosso altrettanto successo con una minima percentuale del 20.6%; tale differenza può essere giustificata dal fatto che probabilmente non sia una piattaforma che offre molti contenuti indirizzati alle donne in gravidanza, o perlomeno, non tanto quanto altre. Dopo Facebook, segue Instagram che si classifica come il secondo social network più utilizzato per questo fine con un'aderenza del 48.6%, percentuale più bassa rispetto a quella della popolazione (67%). Per di più, si è visto che le utenti di Instagram hanno un'età media inferiore rispetto a coloro che non l'hanno utilizzato: un dato statisticamente significativo che avvalorava quanto è stato ottenuto in precedenti studi presenti in letteratura. Per quanto riguarda i restanti social network, vale a dire WhatsApp, Tik Tok e Messenger, sono state raccolti dei valori nettamente inferiori rispetto a quelli della popolazione, a testimonianza del fatto che non siano tra le piattaforme più indicate per scopi affini alla gravidanza; per escludere un errore di campionamento bisognerebbe estendere l'indagine a livello nazionale in modo da poter raggiungere il maggior numero di donne italiane incinte. L'idea di ricercare la correlazione tra i social network e la gravidanza è frutto dell'intuizione che, durante questo periodo, nasca nelle donne l'esigenza di informarsi e conoscere ciò che sta accadendo al proprio corpo; questa necessità non è altro che un'iniziale risposta all'istinto materno che piano piano inizia a crescere insieme alla creatura che vive all'interno dell'utero.

Al giorno d'oggi gran parte delle fonti dei secoli passati sono state rielaborate, trasformate e sintetizzate in un nuovo universo virtuale conosciuto come Internet. Per questo motivo il web e in particolare i social network sono diventati una vera e propria fonte di informazione di facile e rapido accesso.

Mettendo a confronto questa fonte innovativa con quelle tradizionali, si è visto che è stata ben accettata dal campione tant'è che si classifica come seconda ottenendo il 57.9% di adesione. I social media sono infatti preceduti dai familiari e amici (62.6%), probabilmente la sorgente con più storia alle spalle da tramandare di generazione in generazione: come riporta la letteratura, la condivisione con persone vicine è molto apprezzata anche all'interno della popolazione.

A seguire, le altre fonti più utilizzate sono il corso preparato (56.1%), i forum e blog (42.1%), le riviste e i libri (35.5%), le banche dati (2.8%) e per concludere la radio e la televisione (0.9%). Di statisticamente interessante è emerso che le donne che hanno letto libri e riviste hanno un'età maggiore rispetto a chi invece non li ha consultati; un dato che conferma la tendenza tra le giovani a utilizzare fonti più immediate al contrario delle donne più grandi che sono maggiormente legate alle fonti tradizionali.

Anche se non sono stati riscontrati degli articoli che documentassero questo fenomeno, si è stabilito di studiare più approfonditamente il legame tra l'utilizzo dei social network e la partecipazione al corso preparato. Come si è visto precedentemente, il 56.1% delle intervistate ha partecipato ad un corso d'accompagnamento alla nascita; tra queste il 75% ha constatato di aver ricevuto delle informazioni utili per affrontare meglio il travaglio e il parto, il 43.3% ha avuto l'occasione di conoscere altre donne/coppie con cui confrontarsi e infine il 15% non l'ha reputato un mezzo d'aiuto.

Per giunta, è stata comprovata una differenza di partecipazione in funzione alla parità: nel campione la maggioranza delle partecipanti al corso preparato era nullipara (68%) e, viceversa, tra coloro che non vi hanno aderito predominavano le pluripare (54.4%). Si tratta di un valore statisticamente significativo che corrobora anche quella percentuale di donne che ha scelto di non partecipare ad un corso preparato perché vi aveva già partecipato in una gravidanza precedente (36.2%).

La pregressa partecipazione non è stata l'unica motivazione per cui le intervistate non vi hanno preso parte: il 40.4% ha confessato di non essere riuscito ad organizzarsi con il

tempo libero mentre il 23.4% ha preferito informarsi tramite altre fonti. Per quanto concerne l'influenza dei social network sull'adesione o meno al corso preparato, non è emersa alcuna relazione statisticamente significativa fra questi due fattori, testimone del fatto che probabilmente anche nella realtà non esista alcun tipo di correlazione o che sia semplicemente dovuto ad un errore di campionamento.

Mediante un confronto fra le informazioni erogate durante il corso preparato e quelle presenti sui social media, si è osservato che il 64.5% delle donne sostiene che tramite il corso preparato si ottengono più informazioni contrariamente al 3.7% che vede nei social network una fonte di maggior informazione; per il 32.8%, invece, si possono ricavare delle informazioni simili da entrambi i riferimenti.

Infine, si conclude il capitolo sul corso preparato andando a indagare l'influenza mediatica che i social network hanno avuto su di esso: la maggioranza delle donne ha sentito parlare poco dei corsi preparato sui social network (74.8%). Tra coloro che ne hanno sentito parlare il 22.4% ha affermato di aver visualizzato dei contenuti che spronavano a parteciparvi, contrariamente al 2.8% a cui invece è stata sconsigliata la partecipazione.

4.2 I SOCIAL NETWORK DURANTE IL TRAVAGLIO E IL PARTO

Nelle banche dati scientifiche non sono presenti degli articoli che abbiano studiato nello specifico l'influenza che i social network possono avere durante il travaglio. Probabilmente ciò è dovuto al fatto che si dia per scontato che, durante un evento così emotivamente destabilizzante, le donne non siano propense a utilizzare i social media ma, vista l'ormai affermazione consolidata di questa realtà nel nostro quotidiano, è nato l'interesse di analizzare un'eventuale correlazione.

La maggior parte delle donne ha affermato di esser stata poco influenzata dai social network riguardo alle aspettative sul travaglio e il parto (63.3%) e di non averli utilizzati affatto durante questo periodo (66%): tali dati descrivono un quadro dove le donne lasciano in disparte la vita virtuale per vivere appieno le sensazioni e le emozioni della nascita.

L'influenza dei social network sulle aspettative del travaglio è stata studiata in funzione dell'esito del parto: dall'analisi sono stati rilevati dei risultati non statisticamente significativi che hanno permesso di scongiurare alcun tipo di legame ipotizzato.

Inoltre, si è visto che per la maggior parte del campione i social network non sono da considerarsi un mezzo d'aiuto per affrontare meglio il travaglio (79.2%); coloro che hanno ricevuto giovamento dal loro utilizzo hanno affermato che possono essere un valido strumento di comunicazione (90.9%) e, contemporaneamente, anche una valvola di sfogo nei momenti di riposo (36.4%).

La maggior parte delle donne ha condiviso, a parto avvenuto, il lieto evento sui social network (54.7%) e non è stata riscontrata alcuna correlazione in funzione dell'uso dei social network durante il travaglio.

Sono state indagate l'utilità e la veridicità delle informazioni acquisite durante la gravidanza attraverso i social media ed è emerso che per la maggior parte delle donne i contenuti erano quasi del tutto affidabili (43.3%). Successivamente, questa distribuzione è stata analizzata in funzione all'influenza che i social network hanno avuto sulle aspettative del travaglio e del parto: si è visto che lo studio risulta statisticamente significativo affermando che, per coloro che non sono state influenzate affatto dai social network, i contenuti digitali di queste piattaforme si sono rivelati del tutto sbagliati.

La ricerca termina con le opinioni finali delle donne inerenti alla loro esperienza riguardo all'utilizzo dei social network durante la gravidanza, il travaglio e il parto: il 68% delle donne ne consiglierebbe l'utilizzo ad altre coppie in dolce attesa, soprattutto per ricevere sostegno emotivo.

5. CONCLUSIONI

All'inizio dello studio ci eravamo posti come obiettivo quello di indagare l'influenza dei social network sulla gravidanza, il travaglio e il parto approfondendo anche il legame tra l'utilizzo di queste piattaforme e la partecipazione ai corsi preparto.

Alla luce dei risultati analizzati e discussi si nota che a causa della bassa numerosità del campione considerato, soprattutto quella riguardante l'influenza durante il travaglio e il parto, i dati e le correlazioni ottenute non sono del tutto attendibili e non tutte le differenze osservate, con una probabilità di errore del 5%, sono statisticamente significative. Un'altra criticità che lo studio ha riscontrato è stata la scarsa presenza di articoli scientifici inerenti al fenomeno studiato, un limite principalmente dovuto al fatto che l'argomento è attuale e, al tempo stesso, difficile da calare all'interno di un campione.

Tuttavia, è stato comunque interessante analizzare le varie correlazioni nel campione e verificare come molti risultati di questo studio corrispondessero a quelli di altri studi condotti in precedenza.

Dalle analisi è emerso che la maggior parte delle donne utilizza abitualmente i social network in gravidanza per ricercare informazioni riguardanti questa, il parto e la cura del neonato; una cospicua quantità di donne ha continuato ad utilizzarli per lo stesso motivo pregravidico, mentre in poche li hanno utilizzati per confrontarsi e condividere la propria esperienza.

I social network sono risultati la seconda fonte d'informazione maggiormente utilizzata dove Facebook, Instagram e YouTube sono state le piattaforme più consultate per fini inerenti alla gravidanza, il travaglio e il parto.

Alcune donne hanno scelto di sfruttare questo strumento per risolvere dei dubbi riguardanti il proprio stato di salute e quella della propria creatura, soprattutto perché si trovavano in uno stato di agitazione e volevano ricevere più informazioni e più rapidamente. Non tutte però hanno scelto di affidarsi ai social network, in diverse hanno preferito consultare direttamente i professionisti della salute principalmente perché nutrivano delle incertezze sull'attendibilità e autenticità delle notizie presenti.

Ciononostante, la maggioranza del campione ha riconosciuto nei social network la potenzialità di essere un valido strumento di aiuto specialmente per ricevere sostegno emotivo da parte di altre donne e coppie, anche se non è da sottovalutare l'importante

opportunità di poter consultare altri professionisti del settore.

Non è emersa alcuna correlazione significativa fra l'utilizzo dei social network e la partecipazione delle donne ai corsi preparto; è interessante osservare che, tra le motivazioni che hanno convinto le donne a non parteciparvi, emerge il fatto che alcune hanno preferito consultare altre fonti di informazione, tra cui i social network. Tale osservazione può essere uno spunto di riflessione per i professionisti cui spetta il compito di promuovere la salute in ogni sua forma e aspetto: affinché una donna possa affrontare la nascita come un'esperienza positiva e di autorealizzazione, è fondamentale divulgare l'importanza dei corsi d'accompagnamento alla nascita e cercare di incrementare l'adesione a questi. In questo studio una minima parte di donne ha affermato che sui social network si possono ottenere delle nozioni simili a quelle che vengono erogate ai corsi preparto; questo pensiero dovrebbe incentivare i professionisti a mettersi in discussione, affinché ogni corso venga pianificato in base alle esigenze del gruppo con l'obiettivo comune di offrire un servizio valido e soddisfacente.

Per quanto riguarda l'influenza dei social network durante il travaglio e il parto, è risultato che la maggior parte delle donne non è stata molto condizionata sulle aspettative del travaglio e del parto affermando di non averli affatto utilizzati durante questo periodo. Inoltre, si è visto che i social network non influenzano in alcun modo l'esito del parto e che non sono da considerarsi un mezzo d'aiuto per affrontare meglio il travaglio; al massimo, possono essere solamente uno strumento che mantiene in contatto con persone care che non possono essere presenti.

Tuttavia, gran parte del campione ha comunque voluto condividere, a parto avvenuto, il lieto evento sui social network a prescindere dal loro utilizzo durante il travaglio.

La soddisfazione finale delle partecipanti in merito all'approccio avuto con i social network durante la gravidanza, il travaglio e il parto ha spaziato in modo abbastanza eterogeneo, concludendo che le informazioni ottenute tramite i social network fossero abbastanza, ma non del tutto, utili e veritiere. Da questa analisi, è emerso che l'influenza dei social network durante il travaglio ha delle ripercussioni sull'opinione delle donne inerente alla veridicità e utilità delle nozioni apprese tramite queste piattaforme; in particolare, coloro che non sono state influenzate affatto hanno poi affermato che le informazioni apprese sui social network fossero del tutto errate e inutili.

La ricerca termina con un resoconto sulle considerazioni delle donne riguardo alla loro esperienza, constatando che la maggior parte di loro consiglierebbe l'utilizzo dei social network ad altre coppie.

Alla luce di tutto ciò credo sia stato utile ed interessante affrontare questo tema, in quanto i social network rappresentano una realtà con cui oramai stiamo abituando a convivere e per questo è altrettanto importante osservare questo fenomeno tra le donne che un giorno potremmo assistere.

Ci terrei che questo studio trasmettesse il messaggio che i professionisti della salute, che hanno scelto di fare di questa missione la loro vita, dovrebbero costantemente ricercare quali siano le esigenze e i bisogni del paziente che hanno di fronte; i social media possono rivelarsi un valido mezzo capace di demolire la barriera comunicativa che molto spesso si viene a creare nel rapporto medico-paziente. Oltretutto, confido che questa ricerca possa spronare altri professionisti ad approfondire l'argomento cercando di indagare un campione che copra il territorio nazionale e non solo.

Le donne e le coppie che scelgono di affidarsi a queste piattaforme non dovrebbero essere giudicate ma, al contrario, guidate affinché acquisiscano le competenze per poter cercare in autonomia delle informazioni riguardanti il proprio stato di salute.

Nella speranza che questo studio possa essersi rivelato valido e stimolante, concludo invitando i professionisti e le strutture sanitarie a iniziare a divulgare le proprie conoscenze specialistiche attraverso i social network, con il fine di promuovere le vere nozioni medico-scientifiche e di favorire sempre più la salute del prossimo.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

1. Campiotti M L'armonia della nascita. 1st ed. Pavia: Bonomi editore; 2017:10-3.
2. Schmid V Venire al mondo e dare alla luce. 8th ed. Milano: Feltrinelli editore; 2020:33-40.
3. Enciclopedia Treccani; Definizione di social network; online all'URL <https://www.treccani.it/enciclopedia/social-network/> (ultima consultazione 10/2021).
4. Klabco; Storia dei social network; online all'URL <https://klabco.co/storia-social-network/> (ultima consultazione 10/2021).
5. DataReportal (2021), Digital 2021 Italy; S Kemp, 10 febbraio 2021; online all'URL <https://datareportal.com/reports/digital-2021-italy> (ultima consultazione 10/2021).
6. DataReportal (2020), Digital 2020 Italy; S Kemp, 13 febbraio 2020; online all'URL <https://datareportal.com/reports/digital-2020-italy> (ultima consultazione 10/2021).
7. Lovari A Social media e comunicazione della salute. Profili istituzionali e pratiche digitali. 1st ed. Milano: Guerini scientifica; 2017:21-86.
8. Petkovic J, Duench S, Trawin J, et al. Behavioural interventions delivered through interactive social media for health behaviour change, health outcomes, and health equity in the adult population. *Cochrane Database Syst Rev.* 2021;5(5):129-32.
9. Hunter RF, de la Haye K, Murray JM, et al. Social network interventions for health behaviours and outcomes: a systematic review and meta-analysis. *PLoS Med.* 2019;16(9):28-90.
10. Balatsoukas P, Kennedy CM, Buchan I, Powell J, Ainsworth J. The role of social network technologies in online health promotion: a narrative review of theoretical and empirical factors influencing intervention effectiveness. *J Med Internet Res.* 2015;17(6):141.
11. ISTAT 2020, Database Internet: accesso e tipo di utilizzo – regione e tipo di comune, Istat, Roma.

12. ISTAT 2020, Database Internet: accesso e tipo di utilizzo, Istat, Roma.
13. Farsi D. Social media and health care, part i: literature review of social media use by health care providers. *J Med Internet Res.* 2021;23(4):232-35.
14. Shang L, Zuo M, Ma D, Yu Q. The antecedents and consequences of health care professional-patient online interactions: systematic review. *J Med Internet Res.* 2019;21(9):139-40.
15. Chan WS, Leung AY. Use of social network sites for communication among health professionals: systematic review. *J Med Internet Res.* 2018;20(3):117.
16. Rolls K, Hansen M, Jackson D, Elliott D. How health care professionals use social media to create virtual communities: an integrative review. *J Med Internet Res.* 2016;18(6):166.
17. Schiavone B, Vitale A, Gallo M, Russo G, Ponticelli D, Borrelli M. Overview of Facebook use by hospitals in Italy: a nationwide survey during the COVID-19 emergency. *Int J Environ Res Public Health.* 2021;18(14):7225.
18. Javanmardi M, Noroozi M, Mostafavi F, Ashrafi-Rizi H. Internet usage among pregnant women for seeking health information: a review article. *Iran J Nurs Midwifery Res.* 2018;23(2):79-86
19. Gleeson DM, Craswell A, Jones CM. Women's use of social networking sites related to childbearing: an integrative review. *Women Birth.* 2019;32(4):294-302.
20. La Repubblica; L'universo parallelo delle mamme pancine: il parere di due antropologhe; E. Giovinazzo; online all'URL https://www.repubblica.it/moda-e-beauty/2017/12/05/news/chi_sono_le_mamme_pancine_significato-291283923/ (ultima consultazione 10/2021)
21. Lupton D. The use and value of digital media for information about pregnancy and early motherhood: a focus group study. *BMC Pregnancy Childbirth.* 2016;16(1):171.
22. Lupton D, Pedersen S. An Australian survey of women's use of pregnancy and parenting apps. *Women Birth.* 2016;29(4):368-375.

23. Skouteris H, Savaglio M. The use of social media for preconception information and pregnancy planning among young women. *J Clin Med*. 2021;10(9):1892.
24. Sayakhot P, Carolan-Olah M. Internet use by pregnant women seeking pregnancy-related information: a systematic review. *BMC Pregnancy Childbirth*. 2016;16:65.
25. Javanmardi M, Noroozi M, Mostafavi F, Ashrafi-Rizi H. Internet usage among pregnant women for seeking health information: a review article. *Iran J Nurs Midwifery Res*. 2018;23(2):79-86.
26. Guillory J, Niederdeppe J, Kim H, et al. Does social support predict pregnant mothers' information seeking behaviors on an educational website?. *Matern Child Health J*. 2014;18(9):2218-2225.
27. Dougherty L, Stammer E, Valente TW. Interpersonal communication regarding pregnancy-related services: friends versus health professionals as conduits for information. *BMC Pregnancy Childbirth*. 2018;18(1):97.
28. Wright EM, Matthai MT, Meyer E. The influence of social media on intrapartum decision making: a scoping review. *J Perinat Neonatal Nurs*. 2019;33(4):291-300

ALLEGATI

Allegato 1

L'INFLUENZA DEI SOCIAL NETWORK DURANTE LA GRAVIDANZA

- **Quanti anni hai?** _____
- **Stai aspettando il primo figlio?**
 - Sì
 - No, ho altri figli
- **A quante settimane sei?** _____
- **Chi ti ha seguito durante la gravidanza?**
 - Ginecologo
 - Ostetrica
 - Medico di base
 - Consultorio
- **Quali fonti hai consultato durante la gravidanza?** (è possibile selezionare più di una risposta)
 - Riviste e libri sulla gravidanza ed il parto
 - Corso preparto
 - Radio e/o televisione
 - Social network (Instagram, Facebook, Twitter...) e sistemi di messagistica (Whatsapp, Telegram, Messenger)
 - Riviste scientifiche e banche dati (PubMed)
 - Forum e blog dedicati alla gravidanza
 - Familiari e amici
- **Per quali motivi hai scelto di consultare i social network durante la gravidanza?** (è possibile selezionare più di una risposta)
 - Per cercare informazioni riguardanti la gravidanza, il parto e la cura del neonato
 - Per condividere la mia esperienza con altre donne incinte
 - Per confrontarmi con altre donne che avevano già partorito
 - Per consultare altri professionisti (ginecologo, ostetrica, medico di base...)
 - Perché sono iscritta a community (*mammepancine*, *pianetamamma*) che fornivano un sostegno emotivo assente da parte dei professionisti della salute
 - Ho continuato a utilizzarli per lo stesso motivo per cui li utilizzavo prima di rimanere incinta
- **Ti è mai capitato di consultare i social network per chiarire dei dubbi che avevi sul tuo stato di salute o quello di tuo figlio invece di consultare i professionisti?**
 - Sì
 - No

- **Se sì, perché?** (è possibile selezionare più di una risposta)
 - Perché ero in uno stato di agitazione e ansia
 - Tramite i social network si ottengono più informazioni e più rapidamente
 - Non volevo disturbare il professionista che mi sta seguendo
 - L'esperienza di altre famiglie mi ha aiutato a tranquillizzarmi

- **Se no, perché?** (è possibile selezionare più di una risposta)
 - Quotidianamente non utilizzo molto i social network
 - Non ho la certezza che le informazioni ricevute sui social network siano vere
 - Preferisco consultare direttamente i professionisti e/o il pronto soccorso ostetrico
 - Non mi sento a mio agio a parlare dei miei problemi con le persone che non conosco

- **Quali social network hai utilizzato maggiormente per ottenere informazioni sulla gravidanza, il travaglio ed il parto?** (è possibile selezionare più di una risposta)
 - Facebook
 - Instagram
 - Snapchat
 - Twitter
 - Tik Tok
 - YouTube
 - WhatsApp
 - Telegram
 - Messenger
 - Altro: _____

- **Secondo te i social network possono essere un buon strumento di aiuto e sostegno per le coppie in dolce attesa?**
 - Sì
 - No

- **Se sì, perché?** (è possibile selezionare più di una risposta)
 - Offrono tante informazioni che non vengono fornite dai professionisti
 - Permettono di conoscere altre coppie che stanno vivendo (o hanno vissuto) un'esperienza simile
 - Permettono di consultare anche altri professionisti

- **Se no, perché?** (è possibile selezionare più di una risposta)
 - Spesso si trovano informazioni sbagliate
 - L'esperienza negativa di altre coppie può influenzare negativamente le aspettative sul parto
 - I professionisti della salute, i consultori e gli ospedali sono gli unici che danno informazioni veritiere e utili

Corso parto e social network

- **Hai partecipato ad un corso parto?**
 - Sì
 - No

- **Se sì, ti ha aiutato?** (è possibile selezionare più di una risposta)
 - Sì, mi ha dato informazioni utili per affrontare meglio il travaglio ed il parto
 - Sì, ho conosciuto altre donne/coppie con cui ho potuto confrontarmi
 - Non più di tanto

- **Se no, come mai non hai partecipato?** (è possibile selezionare più di una risposta)
 - Avevo già partecipato in gravidanze precedenti
 - Ho preferito informarmi tramite altre fonti (amici e parenti, social network...)
 - Non sono riuscita ad organizzarmi con il tempo libero

- **Secondo te tramite i social network si possono ottenere delle informazioni simili a quelle che vengono erogate durante i corsi parto?**
 - Sì, secondo me si ottengono informazioni simili
 - No, ai corsi parto si ottengono più informazioni
 - No, sui social network si ottengono più informazioni

- **Hai mai sentito parlare dei corsi parto sui social network?**
 - Sì, molte coppie consigliavano di frequentarlo
 - Sì, diverse coppie consigliavano di non frequentarlo perché non utile
 - Ne ho sentito parlare poco

Allegato 2

L'INFLUENZA DEI SOCIAL NETWORK DURANTE IL TRAVAGLIO E IL PARTO

- **Hai partecipato al questionario "L'influenza dei social network durante la gravidanza"?**
 - Sì
 - No

- **Hai partorito per via vaginale o per taglio cesareo?**
 - Parto vaginale
 - Parto cesareo

- **I social network hanno influenzato le tue aspettative sul travaglio e sul parto?**
 - Per niente
 - Poco
 - Abbastanza
 - Molto

- **Durante il travaglio hai utilizzato i social network?**
 - Per niente
 - Poco
 - Abbastanza
 - Molto

- **I social network ti hanno aiutato ad affrontare meglio il travaglio?**
 - Sì
 - No

- **Se sì, come pensi ti abbiano aiutato?** (è possibile selezionare più di una risposta)
 - Mi hanno permesso di rimanere in contatto con persone per me importanti che non potevano essere presenti durante il travaglio
 - Sono stati una valvola di sfogo nei momenti di riposo
 - Tramite alcuni social network ho potuto ascoltare musica o vedere video che mi hanno aiutato ad affrontare il travaglio

- **Se no, pensi che abbiano influenzato negativamente il tuo travaglio?** (è possibile selezionare più di una risposta)
 - A volte sono stati una fonte di distrazione negativa, non riuscivo a godermi appieno le sensazioni del travaglio
 - Ho ricevuto tante domande da parte dei miei cari che mi chiedevano aggiornamenti, trasmettendomi ansia e preoccupazione
 - Avendoli utilizzati poco, non hanno influenzato più di tanto il mio travaglio

- **Dopo aver partorito, hai condiviso la notizia sui social network?**
 - Sì
 - No

- ***Le informazioni apprese durante la gravidanza, tramite i social network, si sono rivelate veritiere e utili durante il travaglio e il parto?***
 - Assolutamente sì
 - Più sì che no
 - Più no che sì
 - Assolutamente no

- ***Consigliaresti l'utilizzo dei social network alle coppie che hanno bisogno di informazioni sulla gravidanza, il travaglio e il parto?***
 - Assolutamente sì, i social network si sono rivelati essere una grande risorsa!
 - Sì ma per ricevere sostegno emotivo, per le informazioni riguardanti la gravidanza e il parto è meglio rivolgersi a dei professionisti
 - No, spesso si leggono informazioni sbagliate
 - No, certe informazioni potrebbero influenzare negativamente la loro esperienza

Allegato 3

LOCANDINA DEL QUESTIONARIO “L’INFLUENZA DEI SOCIAL NETWORK DURANTE LA GRAVIDANZA”

Università Politecnica delle Marche
Indagine di ricerca per tesi di Laurea Sperimentale

L’INFLUENZA DEI SOCIAL NETWORK IN GRAVIDANZA

Ciao a tutte!

Sono Carolina Berluti, studentessa ostetrica del terzo anno dell'Università Politecnica delle Marche.

Per l'elaborazione della mia tesi di Laurea ho scelto di indagare l'influenza che i social network hanno avuto durante la gravidanza attraverso la somministrazione di un questionario.

Il questionario è anonimo e ci vogliono pochi minuti per compilarlo, i dati raccolti verranno poi elaborati e pubblicati nella tesi.

Se siete disposte a partecipare a questa indagine, potete accedere al **questionario online tramite la scansione del QRcode** o tramite la compilazione di una **copia cartacea**.

Vi ringrazio per la partecipazione,
Carolina

RINGRAZIAMENTI

Vorrei dedicare questo spazio a chi è stato al mio fianco in questo percorso universitario e ha contribuito alla realizzazione di questo elaborato.

Innanzitutto vorrei ringraziare alla Dott.ssa Romina Mancinelli per essere stata la relatrice di questa ricerca e per avermi seguito, con la sua infinita disponibilità, in ogni step della realizzazione dell'elaborato, fin dalla scelta dell'argomento.

Un ringraziamento particolare va alla mia correlatrice Dott.ssa Chiara Cerioni che dapprima è stata la mia Tutor e la mia insegnante per poi accompagnarmi nella stesura di questa tesi, i suoi preziosi consigli sono stati fondamentali.

Ringrazio infinitamente il punto nascita del Presidio Ospedaliero Santa Croce di Fano per avermi dato l'opportunità di poter somministrare i questionari e soprattutto l'occasione di poter imparare l'arte di questo mestiere. In questi tre anni ognuno di voi è stato parte integrante del mio percorso formativo, a partire dalle infermiere e dalle oss che mi hanno fornito le basi di questo lavoro, passando per i medici che hanno condiviso con me parte del loro sapere, fino ad arrivare alle ostetriche, coloro che con dedizione e pazienza sono state le miglior maestre che potessi incontrare in questo cammino. Grazie ad ognuno di voi per avermi permesso di diventare l'ostetrica che ho sempre sognato di essere, custodirò preziosamente ciascuno dei vostri insegnamenti.

Il ringraziamento più importante va però ai miei genitori, a cui devo tutto.

Grazie per avermi insegnato l'arte del vivere, trasmettendomi i principi e i valori che mi hanno permesso di diventare la donna che sono oggi. Grazie per avermi dato l'opportunità di trovare la mia strada sostenendomi e spronandomi dopo ogni difficoltà, grazie per aver intrapreso insieme a me questo cammino, dimostrando con il vostro amore quanto fosse importante per voi vedermi realizzare il mio sogno. Senza di voi nulla di tutto questo sarebbe stato possibile e non so se riuscirò mai ad esprimere l'immensa gratitudine che provo; grazie per essere stato il miglior esempio di vita che potessi ricevere e non ho altro desiderio di poter essere per i miei figli, ciò che voi siete stati per me.

Grazie di cuore a mia nonna Derna, la persona che più di tutti ha creduto in me. Il tuo immenso amore e la dolcezza con cui me l'hai sempre dimostrato, sono stati in questi anni il mio porto sicuro: grazie per avermi insegnato a credere in me stessa e nelle mie potenzialità. Ringrazio a te e a nonno per avermi insegnato ad amare in modo incondizionato; nonostante lui non abbia mai potuto vedermi prendere un treno per la sua Ancona, sono certa che da lassù mi abbia protetto con lo stesso amore che da sempre vi ha contraddistinto e magari, ogni tanto, abbia anche riso per qualche parola in anconetano.

Grazie ad Andrea per esserci sempre stato. La tua presenza in questo percorso è stata essenziale: c'eri quando avevo bisogno di ridere, c'eri quando avevo bisogno di piangere, c'eri quando avevo bisogno di sfogarmi. Quando ho iniziato questo percorso ci conoscevamo già da tempo e mai avrei immaginato quanto potesse essere bello vivere questa esperienza con te al mio fianco. Non ti ringrazierò mai abbastanza per il tuo sostegno, per tutto ciò che hai fatto, per tutto ciò che siamo insieme. Io non so cosa il destino abbia in serbo per noi, ma ti sarò per sempre riconoscente augurandoti ogni volta il meglio; ma intanto, continuo a sperare, che oggi sia soltanto il primo di una serie di successi da raggiungere insieme. *Olive you.*

Grazie alle mie care amiche che mi stanno accanto da così tanto tempo che faccio difficoltà a ricordare la mia vita prima di conoscerle. Grazie perché, nonostante lo studio e il tirocinio mi portassero a dedicarvi poco tempo, avete sempre compreso e rispettato il mio percorso, dimostrandomi quanto fossi fortunata ad avere delle amiche come voi. La vostra amicizia è uno dei doni più belli che la vita mi abbia fatto, tant'è che a volte manco credo di meritarmela, e non posso soltanto che ringraziarvi per esserci state ieri, per esserci oggi, e sono certa, che ci sarete anche un domani.

Grazie alle mie *ostrichette*, alle migliori colleghe che potessi avere in questo viaggio. Mai avrei sognato di poter creare fin da subito un legame così forte con ognuna di voi, unite tutte dalla stessa passione per questo lavoro. È stato un onore affrontare con voi le gioie e le avversità che ci ha regalato questo corso di laurea; è per me una gioia immensa vederci oggi raggiungere finalmente questo obiettivo. Sono così fiera di ognuna di voi; nella piena consapevolezza che da oggi, in tanti, avranno la fortuna di incontrare delle dolci, premurose e competenti ostetriche.

Per ultimo vorrei ringraziare a tutte le vite che ho incontrato in questi tre anni: grazie alle donne che mi hanno permesso di scoprire la loro storia, grazie alle madri e ai padri che hanno condiviso con me il momento più bello della loro esistenza, grazie a voi dolci neonati che mi avete regalato emozioni indescrivibili che custodirò per sempre all'interno del mio cuore.

A voi prometto che mi impegnerò costantemente per essere la miglior ostetrica che tutti si meriterebbero.

Siate il meglio di qualunque cosa siate. Cercate ardentemente di scoprire a cosa siete chiamati, e poi mettetevi a farlo appassionatamente.

Le parole con cui ho iniziato questa tesi son le stesse che mi hanno permesso di scoprire quale fosse il mio posto nel mondo ma è grazie ad ognuno di voi che ho potuto finalmente realizzare il mio sogno. Grazie di cuore,

Carolina