



# La pedagogia nell'era digitale: il ruolo dei social media nella promozione dell'attività motoria

## Pedagogy in the digital age: the role of social media in promoting physical activity

Patrizia Belfiore

Università degli Studi di Napoli "Parthenope" – patrizia.belfiore@uniparthenope.it

### ABSTRACT

The literature of different areas of study reports that social media, especially new social media (Facebook), plays an important role for society in the third millennium: consequently, this issue requires the continuous attention of the pedagogical community as well. Facebook has had great potential to increase knowledge and perception of the concept of well-being and motor education, but its role is still being defined. The aim of the paper is to demonstrate, through an online survey, how and how much Facebook promotes well-being by encouraging the practice of motor activity. Statistical data analysis, used in an integrated and complementary approach, was multiple match analysis, cluster analysis, and cross-tabs. The final sample consisted of 1,820 Facebook users. Social media websites are widely used not only by the younger generation, but also by the adult and elderly population to find information regarding well-being and motor activity. Starting from the results of the research, it can be argued that Facebook users would like to have more "certified information" on the education of motor practice through social media.

La letteratura di diverse aree di studio riporta che i social media, in particolare i new social media (Facebook), svolgono un ruolo importante per la società nel terzo millennio: di conseguenza, questo tema richiede l'attenzione continua anche della comunità pedagogica. Facebook ha avuto un grande potenziale per aumentare la conoscenza e la percezione del concetto di well-being e di educazione motoria, ma il suo ruolo è ancora in via di definizione. I siti Web di social media sono ampiamente utilizzati non solo dalle giovani generazioni, ma anche dalla popolazione adulta e anziana per trovare informazioni relativamente al benessere e all'attività motoria. L'obiettivo del paper è dimostrare, mediante una survey online, come e quanto Facebook promuova il benessere incoraggiando la pratica dell'attività motoria. L'analisi statistica dei dati, utilizzata in un approccio integrato e complementare, è stata l'analisi della corrispondenza multipla, l'analisi dei cluster e le tabelle incrociate. Il campione finale era composto da 1.820 utenti di Facebook. Partendo dai risultati della ricerca, si può sostenere che gli utenti di Facebook vorrebbero avere più "informazioni certificate" sull'educazione della pratica motoria attraverso i social media.

### KEYWORDS :

Social Media, Physical Activity, Digital Pedagogy, Wellness, Facebook  
Social media, Attività motoria, Pedagogia digitale, Benessere, Facebook

## Introduzione

Negli ultimi decenni la crescita dei social media è stata sicuramente uno degli aspetti più interessanti e significativi della tecnologia digitale. Oggi i social media sembrano essere il cuore di molte realtà della società contemporanea e, di conseguenza, questo tema richiede l'attenzione continua della comunità pedagogica. Un numero sempre maggiore di esperti del settore educativo è convinto che i social media possano essere uno strumento importante della pratica e dell'offerta educativa nelle sue più svariate forme (Crook, 2012). Non pochi sono gli interrogativi che vengono posti, tra questi sicuramente ci si chiede se e quali cambiamenti l'educazione dovrà attuare per continuare ad avere un ruolo importante nell'era sociale e digitale. I social media, in particolare i new social media (Facebook, Instagram, Twitter) sono strumenti che consentono agli utenti di impegnarsi in una serie di specifiche attività di rete caratterizzate da forme di interazione e collaborazione. Le applicazioni di questi ambienti sono percepite come "aperte" piuttosto che "chiuse", "ascendenti" piuttosto che "discendenti". L'utente non è più un semplice destinatario passivo di informazioni, ma una persona coinvolta nella mutua co-creazione di contenuti e attività digitali (Manca, 2012). Per molti versi tutte queste attività possono essere descritte come processi di archiviazione genealogica, ossia come condivisione dei contenuti, costruzione di connessioni, valutazione di artefatti culturali e produzione di contenuti digitali. È innegabile che esistano delle disparità tra gli aspetti di natura teorica e quelli pratici circa l'uso dei social media nella diffusione del sapere. Nell'educazione c'è stata a lungo una tendenza secondo la quale le aspettative inizialmente esagerate riposte nelle tecnologie digitali sono state disattese (Ranieri & Manca, 2013). In tal senso, nel corso degli anni, gli esperti della "pedagogia digitale" hanno percepito la sfida di impegnarsi in dibattiti realistici e ponderati circa l'uso più corretto dei social media per ridurre ai minimi termini questa possibile "delusione" (Manca & Delfino, 2014). Sarà, naturalmente, necessario tracciare una netta linea di demarcazione fra i compiti pratici relativi alle forme d'uso dei social media che meglio rispondano alla realtà odierna dei sistemi educativi e le questioni relative ad una riforma e riprogettazione del sistema su vasta scala. Rispetto all'ultima questione, è evidente la necessità di interrogarsi su cosa si intenda per educazione e quali forme risultino essere più consone all'era digitale. In effetti, molte delle controversie e dei conflitti sull'uso educativo dei social media hanno poco a che fare con la tecnologia in sé. Si tratta, invece, di questioni motivate da convinzioni e opinioni personali sulla domanda essenzialmente etica circa il significato di apprendimento ed educazione (Ngai et al, 2015). Nel corso degli ultimi anni, il mondo scientifico ha preso posizione e le aspettative sono state ridimensionate a favore di un approccio maggiormente realistico ed obiettivo (Ellison & Boyd, 2013). A ragion di questi aspetti, la comunità educativa riesce ad avere un ruolo più importante nel modellare lo sviluppo dei social media così come vengono usati "sul terreno" dei contesti educativi. È oramai una realtà acclarata che i social media abbiano anche una funzione di educazione alla salute e allo sviluppo di attività motorie. Proprio partendo da questo assunto, abbiamo condotto una ricerca atta a dimostrare il ruolo di un particolare Social, Facebook, per la diffusione della pratica motoria nell'ottica della promozione di corretti stili di vita. Facebook è stato considerato come ambiente favorevole per lo sviluppo delle pratiche di diffusione del sapere e delle attività motorie (Manca, 2012; Ranieri & Manca, 2013). È stato evidenziato un continuum della dimensione sociale dell'apprendimento che va dalla generica discussione online di corretti stili di vita e di concetti di benes-

sere, ad attività più strutturate come quelle di educazione motoria collaborativa e partecipata (Sibilio, 2012). Facebook viene usato sempre più per ampliare e trasferire il sapere motoria, coinvolgendo esperti o professionisti in tempo reale.

Le domande di ricerca del presente studio sono state:

RQ<sub>1</sub>: Quanto Facebook promuove l'attività motoria?

RQ<sub>2</sub>: Qual è il profilo socio-demografico di coloro che usano Facebook e ricercano informazioni circa le pratiche motorie?

Attraverso un sondaggio online, questo documento fornisce una risposta alle domande di ricerca.

## 1. I social network e l'educazione motoria nell'era della pedagogia digitale

I social media ed in particolare i social network hanno rivoluzionato la società dei nostri tempi in maniera molto significativa: hanno cambiato il modo di interagire con le persone, di presentare noi stessi e di conoscere gli altri. Ci hanno portato a trascorrere sempre più tempo online e questo ha cambiato anche il modo di trasmettere le più svariate pratiche educative.

Le potenzialità pedagogiche dei social network sono indagate oramai da diversi anni e, oggi più che mai, sono il core di linee di ricerca di molti studiosi (Siemens & Weller, 2012; Fini & Cigognini, 2009; Ngai et al, 2015; Gao et al, 2012)). Sono stati analizzati i pro e i contro, le potenzialità e i limiti derivanti dall'invasione sempre più massiccia dei social nel vissuto quotidiano di tutti noi. Già nel 2011, Siemens e Weller sottolineavano i pregi dei social network derivanti, sostanzialmente, da una migliore capacità comunicativa e una partecipazione più attiva dei soggetti nei processi di apprendimento. Grazie alla loro apertura con la realtà sociale, si possono generare benefici su larga scala, con ripercussioni positive soprattutto nell'ambito delle relazioni umane e del processo educativo.

Fini e Cigognini (2009) individuavano nei social media un particolare tessuto socio-relazionale e cognitivo di base da integrare con corsi ad hoc per favorire lo scambio di conoscenze e competenze. In particolare, nel corso degli anni, sono stati enfatizzati i vantaggi derivanti dalla contaminazione tra ambienti nati con finalità ludiche e di socializzazione con ambienti di apprendimento sviluppati con specifici obiettivi educativi. Un esempio interessante, relativamente a questo ultimo aspetto, è quello dell'utilizzo dei social media quale canale privilegiato di trasmissione del sapere e della pratica dell'attività motorio-sportiva.

L'attuazione di interventi di attività motoria attraverso il web ha un potenziale importante, poiché l'accesso alla rete è molto elevato (Lipoma, 2019). Recenti revisioni e framework teorici nel campo dell'attività fisica mostrano una particolare efficacia della proposta motoria online nel breve termine (Greenhow et al, 2017). Gli effetti a lungo termine mancano a causa di problemi nell'attrarre, coinvolgere e trattenere i partecipanti in interventi tramite social (Valentini et al, 2020). Tuttavia, sono stati fatti molti progressi e la conoscenza di ciò che funziona e ciò che va modificato/migliorato sul web è cresciuta enormemente negli ultimi anni. Sicuramente un certo numero di strategie, frequentemente utilizzate negli interventi di cambiamento del comportamento basati sulla pratica motoria online, sono associate a risultati positivi sulla salute. Ciò include strategie derivate da teorie del cambiamento del comportamento come l'uso dell'automonitoraggio, la definizione degli obiettivi, la modellazione, il supporto sociale e l'offerta di contenuti

educativi (Gao et al, 2012). Ma anche l'uso di contatti ripetuti con i partecipanti, pagine e gruppi create per promuovere un corretto stile di vita, feedback personalizzati e modalità di consegna alternative (come le applicazioni per smartphone) si sono dimostrati componenti efficaci degli interventi motori sul web. A questo proposito lo sviluppo e l'implementazione di applicazioni di social media hanno notevolmente aumentato l'interattività di molti siti Web dedicati a particolari pratiche motorie. La prima ragione è da identificare nella natura altamente dinamica e flessibile delle applicazioni dei social media, con contenuti in continua evoluzione che determinano questa elevata popolarità e coinvolgimento. In secondo luogo, le informazioni vengono veicolate tramite contatti esistenti e questa influenza del "passaparola" è più potente delle tradizionali strategie di social marketing. In terzo luogo, le applicazioni dei social media sono caratterizzate da flussi di comunicazione multidirezionali a cui i fruitori del servizio partecipano sia come creatori che come consumatori di contenuti web. Infine, le applicazioni dei social media possono collegare le persone alle opportunità di attività motorie, evidenziare pratiche sportive precedentemente sconosciute, abilitare la modellazione dei ruoli, consentire confronti e fornire feedback. Negli ultimi decenni, la conoscenza di quali funzionalità del web potrebbero cambiare il comportamento e aumentare il coinvolgimento degli utenti relativamente alla pratica motoria è stata guidata da una ricchezza di studi originali e revisioni sistematiche. Data la continua proliferazione di siti Web e pagine Facebook incentrate sulla promozione dell'attività motorio-sportiva, è opportuno rivalutare in che misura questi ultimi riescano ad incorporare tecniche di cambiamento del comportamento basate sull'evidenza e funzionalità innovative dei social media.

## 2. Metodologia e disegno dello studio

La metodologia utilizzata è stata una analisi di tipo quantitativo, nello specifico una survey on line. È stato caricato un questionario su pagine e gruppi di Facebook che presentavano come mission la promozione dell'attività motoria e quella di uno stile di vita sano (è stata chiesta preventivamente l'autorizzazione agli amministratori). Gli intervistati erano idonei a rispondere al sondaggio solo se avevano almeno 18 anni di età. Il questionario è stato online per tre mesi (Giugno 2020 a Dicembre 2020). Non c'erano incentivi alla partecipazione. Per l'analisi sono state utilizzate trascrizioni di interviste anonime. Il questionario è stato suddiviso in tre macro-aree (caratteristiche socio-demografiche degli intervistati, motivo di utilizzo dei new social media e domande relative al benessere e, più in particolare, all'attività motoria). Il questionario (contenente 15 domande) è stato rimodulato sulla base di un modello già validato dall'Università di Roma "La Sapienza", dal titolo "Identificazione delle esigenze dei cittadini sull'informazione online per la tutela e la promozione della salute". Sono stati raccolti e convalidati 1.820 questionari. SPSS (ver. 22; SPSS Inc., Chicago, IL) e il software statistico R (ver 3.4.4) sono stati utilizzati per analizzare i dati.

I requisiti sono stati determinati tenendo conto delle raccomandazioni dimensionali del campione con un potere statistico dell'80% (Green 1991). La dimensione del campione, pari a 1.820 utenti di Facebook (rispetto ai 24.750 raggiunti), nel rispetto delle indicazioni di Green era di dimensioni di piccolo effetto (richiesta di dimensioni del campione = 240). Secondo Cohen (Cohen 1988), un simile risultato è soddisfacente per uno studio in scienze umane e comportamentali. Le tabelle incrociate e le statistiche del Chi quadrato sono state calcolate per esami-

nare le differenze di proporzione in base alle caratteristiche socio-demografiche e all'uso di Facebook.

L'analisi dei dati statistici multivariati è stata strutturata come segue:

1. Analisi della corrispondenza multipla (MCA) per esplorare l'associazione tra categorie di variabili qualitative;
2. Cluster Analysis (CA) con punteggi di oggetti di ogni dimensione per raggruppare soggetti;
3. Tabulazioni incrociate con variabili rilevanti nella variabile MCA e cluster (proporzione z-test)

MCA è una tecnica descrittiva popolare che esplora le relazioni tra più variabili di categoria (Gifi 1990; Greenacre 1984; Lebart et al. 1984; Nishisato 1980; Benzecri 1973). Nella presente analisi, si considerano un insieme di valori e di coordinate che sintetizzano le caratteristiche degli utenti di Facebook e le abitudini di promozione della salute e dell'attività motoria utilizzando i canali social. La percentuale di varianza spiegata di ciascun componente è stata stimata utilizzando la formula di Benzecri. L'interpretazione in MCA si è basata sulle vicinanze tra i punti in una mappa a bassa dimensione (cioè due o tre dimensioni). Quando due punti di riga (utenti di Facebook) sono chiusi l'uno all'altro, significa che tendono a selezionare gli stessi livelli delle variabili nominali. Per la vicinanza tra le variabili, è stato necessario distinguere due casi. In primo luogo, la vicinanza tra livelli di diverse variabili nominali significava che questi livelli tendono ad apparire insieme nelle osservazioni. In secondo luogo, poiché i livelli della stessa variabile nominale non potevano verificarsi insieme, è stato necessario un diverso tipo di interpretazione.

La vicinanza tra i livelli stava ad indicare che i gruppi di osservazioni associati a questi due livelli erano simili (Gifi, 1990). Al fine di rafforzare questa teoria, è stata eseguita la pratica del clustering, in particolare l'algoritmo k-means sui primi componenti principali S di MCA. I display grafici sono stati utilizzati per riassumere le vicinanze tra i soggetti e per mostrare le associazioni tra le variabili categoriali. I soggetti sono stati rappresentati in display grafici a due dimensioni costruiti utilizzando i principali componenti come sistema di assi. Lo scopo di questo studio era identificare i modelli di utenti di Facebook e i gruppi di soggetti con abitudini di promozione della salute e dell'attività motoria simili, cioè occorreva costruire il "profilo utente".

Lo scopo dell'analisi dei dati è stato innanzitutto quello di categorizzare gli intervistati in termini di promozione della salute e dell'attività motoria tramite social e, d'altra parte, di vedere se questa caratterizzazione avesse qualche relazione con le variabili socio-demografiche. Di conseguenza, queste ultime variabili sono state identificate come variabili supplementari usate per migliorare l'interpretazione dei dati.

### 3. Risultati

Il questionario si compone tre macroaree: caratteristiche del campione (Tabella 1), Utenti di Facebook (Tabella 2) e Educazione motoria (Tabella 3).

In particolare, per ogni voce sono state riportate la frequenza e la percentuale.

Item	Frequenza (%)
<b>Fascia di età</b>	
Giovani (18-24) Q1 (Young)	650 (35,7%)
Adulti (25-40) Q1 (Adult)	855 (47,0%)
Senior (40+) Q1 (Senior)	315 (17,3%)
<b>Genere</b>	
Femmine Q2	1090 (59,9%)
Maschi Q2	730 (40,1%)
<b>Posizione geografica</b>	
Nord Italia Q3	165 (9,1%)
Centro Italia Q3	335 (18,4%)
Sud Italia Q3	1320 (72,5%)
<b>Livello di istruzione</b>	
Scuola media Q4	80 (4,4%)
Scuola superiore Q4	565 (31%)
Laurea Q4	1175 (64,4%)
<b>Categoria professionale</b>	
Studente Q5	675 (37,1%)
Artigiano Q5	95 (5,2%)
Dirigente Q5	305 (16,8%)
Impiegato Q5	300 (16,5%)
Disoccupato Q5	150 (8,2%)
Altro Q5	295 (16,2%)
<b>Rapporto con l'attività motoria</b>	
Eccellente Q12	190 (10,4%)
Buono Q12	1535 (84,3%)
Negativo Q12	95 (5,2%)

**Tabella 1. Caratteristiche del campione**

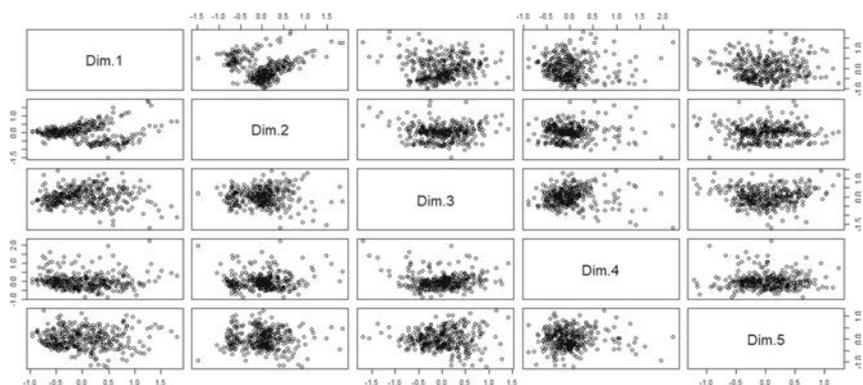
Domande	
<b>Approssimativamente, quanto tempo in un giorno trascorri su Facebook?</b>	
\ 30 min (Q6- \ 30)	845 (46,4%)
30-120 minuti (Q6-30-120)	895 (49,2%)
> 120 min (Q6- [ 120)	355 (19,5%)
<b>Di solito, perché usi Facebook? (massimo 2 risposte)</b>	
Resta in contatto/trova nuovi amici (Q7-A)	950 (52,2%)
Condivisione dell'esperienza (Q7-B)	650 (35,7%)
Per ottenere informazioni su attività fisica, sport, alimentazione, ecc. (Q7-C)	1005 (55,2%)
Altri (Q7-D)	110 (6%)

**Tabella 2. Descrizione degli utenti di Facebook**

<b>1. Su Facebook, dove cerchi esattamente informazioni sull'educazione motoria?</b>	
Pagine Facebook (Q8-FPg)	950 (54,7%)
Gruppi Facebook (Q8-FGr)	580 (31,9%)
Altri (Q8-OT)	245 (13,5%)
<b>2. Principalmente, quale informazioni cerchi di solito su Facebook? (massimo 2 risposte)</b>	
Informazioni sulla buona alimentazione (Q9-A)	845 (46,4%)
Informazioni sull'attività fisica (Q9-B)	945 (51,9%)
Informazioni su uno stile di vita sano (Q9-C)	655 (36%)
Informazioni sulla medicina alternativa (Q9-D)	215 (11,8%)
Informazioni sui dati statistici (Q9-E)	195 (9,1%)
<b>3. Perché cerchi informazioni sull'educazione motoria su Facebook? (massimo 2 risposte)</b>	
Per conoscere le novità esistenti a riguardo (Q10-A)	415 (22,8%)
Per ottenere informazioni che possano migliorare il mio aspetto (Q10-B)	250 (13,7%)
Per migliorare le mie conoscenze sullo stile di vita sano (Q10-C)	1385 (76,1%)
Altro (Q10-D)	(9,1%)
<b>4. Come consideri le informazioni sull'attività motoria che trovi su Facebook? Utile (Q11-USEF)</b>	965 (53%)
Inutili (Q11-USEL)	145 (8,0%)
Fuorviante (Q11-MISL)	710 (39%)
<b>5. Secondo te, perché le persone cercano informazioni sull'attività motorio-sportiva su Facebook?</b>	
Le persone non hanno tempo per andare in palestra (Q14-TIME)	85 (4,7%)
Le persone possono trovare rapidamente informazioni (Q14-INQU)	720 (18,4%)
Le persone si concentrano maggiormente sulla pratica motoria per promuovere la salute (Q14-BF)	290 (15,9%)
Curiosità (Q14-CUR)	575 (31,6%)
Altri (Q14-OT)	140 (7,7%)
<b>6. Secondo te, Facebook potrebbe avere un impatto sulla salute delle persone tramite la promozione dell'attività motoria?</b>	
Sì (Q15-YES)	1155 (63,5%)
No (Q15-NO)	565 (26,5%)

**Tabella 3. Promozione dell'Educazione Motoria tramite Facebook**

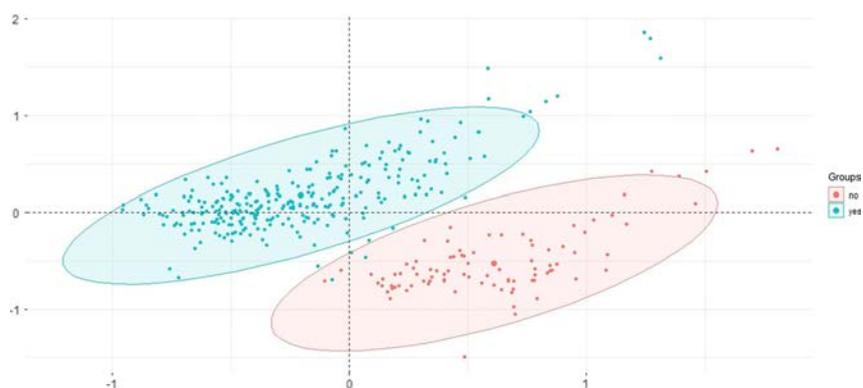
Sono stati mantenuti i primi cinque fattori principali dell'ICM (varianza totale spiegata 45,6%). La percentuale della varianza spiegata è stata calcolata utilizzando la formula di Benzecri: il primo componente è di 19,4%, con il 4,6% per il secondo componente, il 4,2% per il terzo, il 3,8 per il quarto e il 3,6% per il quinto. Le visualizzazioni grafiche delle associazioni dei principali fattori sono mostrate in Fig. 1.



**Fig. 1** Matrice del grafico a dispersione per i primi cinque fattori principali dell'analisi della corrispondenza multipla

Abbiamo osservato che solo le prime due componenti avevano una tendenza interpretabile. Quindi, al fine di verificare se questa rappresentazione fattoriale avesse una interpretazione anche dal punto di vista dell'impatto che Facebook può avere sulla educazione motoria delle persone, abbiamo sovrapposto una visualizzazione grafica di entrambe le osservazioni (utenti Facebook): 59,9% degli uomini e 40,1% delle donne.

Risulta non essere ben distribuito circa l'età: infatti: 35,7% tra i 18 e i 25 anni; 47% tra i 26 e i 35 anni da gruppi che utilizzano i livelli dell'elemento Q15-(Secondo te, Facebook potrebbe avere un impatto sulla promozione dell'attività motoria?) (Figura 2).



**Fig. 2** Analisi della corrispondenza multipla. Proiezioni delle unità statistiche (utenti di Facebook) sulle prime 2 dimensioni secondo la variabile Q15

È stata aggiunta un'ellisse di concentrazione attorno a ciascun gruppo. In questa rappresentazione fattoriale, osserviamo che sono presenti due gruppi distinti di persone. La prima, quella a sinistra in Fig. 2, ritiene che Facebook abbia un impatto sulla educazione motoria (63,5%). Il secondo, quello a destra, non considera rilevante l'impatto di Facebook relativamente alla promozione dell'attività motoria (36,5%). Questi due gruppi sono diversi per le caratteristiche socio-demografiche. A tal fine, abbiamo visualizzato le proiezioni delle variabili sui primi due fattori (Fig. 3). Le variabili più discriminanti per la prima dimensione erano l'età, le informazioni sulla salute e l'uso di Facebook. Abbiamo chiamato questa dimensione da sinistra a destra "Nativi digitali vs Immigrati digitali". Per quanto riguarda la seconda dimensione, le variabili più discriminanti sono state la professione e l'istruzione. La seconda dimensione, dal basso verso l'alto, è stata etichettata come "Basso status socio-economico vs Alto Socio-status economico".

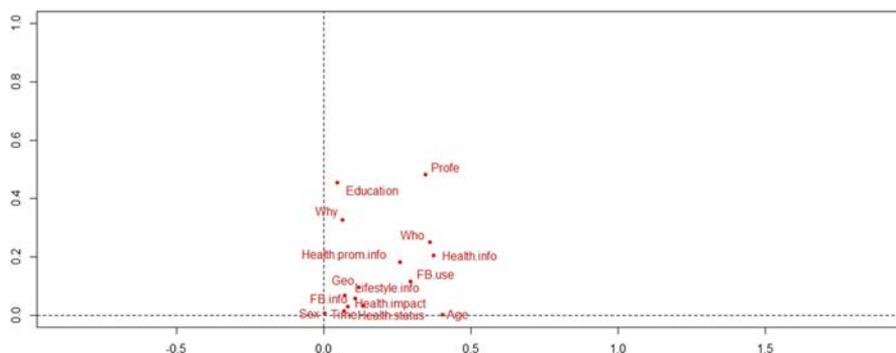
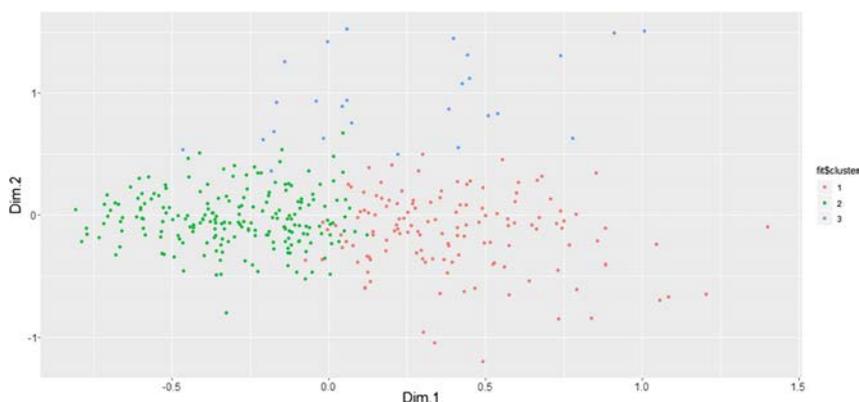


Fig. 3 Mappa fattoriale MCA—variabili

### 3.1 Analisi dei cluster

Per rispondere alla nostra domanda di ricerca, abbiamo utilizzato l'analisi dei cluster per esplorare i modelli di età e livello di istruzione degli utenti di Facebook (background della popolazione dei social). La procedura di analisi ha portato a tre cluster, rappresentato sul lato sinistro della Fig. 4. Il cluster 1 era caratterizzato da una popolazione studentesca giovane del Sud Italia con una forte propensione alla pratica motoria. Questo cluster ha trascorso meno di 30 minuti sui social in un giorno e ha utilizzato Facebook per condividere esperienze. Per il cluster 2, Facebook ha un impatto negativo sulla trasmissione delle informazioni circa l'attività motorio-sportiva. Vorrebbero trovare più pagine / gruppi di Facebook sull'educazione motoria. Nella parte superiore della Fig. 4, c'è un gruppo più piccolo di partecipanti: il cluster 3 era caratterizzato da lavoratori adulti in possesso del diploma di scuola superiore inferiore del Centro Italia con una scarsa propensione all'attività motoria. Questo cluster ha trascorso più di 120 minuti su Facebook in un giorno e ha utilizzato Facebook per tenersi in contatto / trovare nuovi amici.



**Fig. 4 Analisi della corrispondenza multipla. Proiezioni delle unità statistiche (utenti Facebook) sulle prime 2 dimensioni secondo l'analisi del cluster**

Nella Tabella 4 è stata presentata una sintesi delle variabili rilevanti nell'MCA e nella CA. La tabella 4 mostra che gli utenti giovani (88,46%) sono nel cluster 1 e gli utenti senior (82,54%) sono nel cluster 2. Al contrario, nel cluster 3 il livello di istruzione degli utenti è la scuola media (93,75%). Gli studenti sono nel cluster 2 (86,67%) e tutti i lavoratori / artigiani sono nel cluster 3.

Q1-SENIOR	11.11%	82.54%	6.35%
Q1-GIOVANE	88.46%	6.92%	4.62%
Q4-HS	64.60%	27.43%	7.96%
Q4-MS	6.25%	0.00%	93.75%
Q4-GIOCO	54.89%	43.83%	1.28%
Q5-EMP	53.33%	45.00%	1.67%
Q5-EXVE	27.87%	70.49%	1.64%
Q5-OT	25.42%	74.58%	0.00%
Q5-ST	86.67%	10.37%	2.96%
Q5-UNEMP	73.33%	20.00%	6.67%
Q5-W/A	0.00%	0.00%	100.00%
Q6-\ 30	33.33%	60.53%	6.14%
Q6-[ 120	66.20%	22.54%	11.27%
Q6-30-120	65.92%	27.37%	6.70%
Q15-NO	39.56%	50.55%	9.89%
Q15-SÌ	61.17%	32.23%	6.59%

**Tabella 4. Tabulazioni incrociate**

## 4. Discussione

Facebook è sempre più utilizzato come piattaforma alternativa per la condivisione e la ricerca di informazioni relative alla educazione motoria. La tendenza delle persone a trovare informazioni sullo stile di vita e sulla pratica motoria tramite Facebook dipende dalle altre popolari funzionalità di questo social che rendono più facile creare una interazione con i professionisti direttamente e personalmente (Greenhow, 2014). I social media possono essere considerati come facilitatori di comunicazione e interazione tra soggetti per la condivisione di dati e suggerimenti utili circa le metodologie da seguire per raggiungere una condizione di benessere psico-fisico. Consapevole dell'importanza dell'educazione al movimento, il pubblico del Web sta iniziando a scegliere i social quale canale privilegiato di trasmissione del sapere motorio (Valentini et al, 2020).

Le persone utilizzano risorse online per promuovere l'attività fisica e questa survey ha esaminato proprio il ruolo di Facebook circa la promozione dell'attività motoria (RQ1) e il profilo socio-demografico di coloro che usano Facebook e si interessano di pratiche motorio-sportive (RQ2). Tenendo conto dei risultati del sondaggio e in particolare di quelli dell'MCA, abbiamo dimostrato che la maggior parte dei partecipanti considerano Facebook una tecnologia digitale capace di promuovere l'educazione al movimento.

In termini di promozione della educazione motorio-sportiva, la condivisione di informazioni tra i fornitori di servizi e gli utenti garantirà anche la promozione della salute ed uno stile di vita sano.

In merito alla condivisione delle informazioni, una simile modalità "virtuale" risulta essere più efficace sia in termini di risparmio di tempo che di costi. Un ulteriore elemento di interesse che si evince da questa ricerca, riguarda proprio il rapporto tra reale e virtuale: l'incontro virtuale genera nuove iniziative che si traducono in azioni reali, mentre il reale irrompe nei dialoghi digitali con riferimenti a fatti e persone, storie di vita ed emozioni. Questa ibridazione dei contesti comunicativi ed esperienziali sembra consolidare l'appartenenza di gruppo e generare nuove esperienze (Reade, 2021). A proposito della seconda domanda di ricerca, grazie alla CA è possibile individuare i diversi profili socio-demografici dell'utente Facebook. Nello specifico, abbiamo osservato che ci sono differenze a seconda delle diverse aree geografiche e a seconda dell'età e del titolo di studio. In particolare, coloro che per lo più utilizzano Facebook come strumento informativo sono i nativi digitali con uno status socioeconomico medio-alto. Grazie all'utilizzo congiunto MCA e CA, abbiamo rimarcato la presenza di tre diverse categorie di partecipanti. Specificamente il primo gruppo (giovani/studenti) crede nell'efficacia di Facebook per la promozione dell'informazione nell'ambito motorio-sportivo. Al contrario, il secondo cluster (Senior/executive) non lo considera un valido strumento di trasmissione del sapere motorio. Per il terzo cluster (adulti/artigiani), il concetto di attività motoria non rientra nella propria sfera di interessi, quindi viene respinta l'assunzione di base. Il comune denominatore dei tre cluster è il ruolo delle informazioni che, nei primi due, fa leva l'affidabilità della fonte, mentre nel terzo caso si potrebbe parlare di una vera e propria alfabetizzazione motoria. Relativamente alla fonte, tutti gli intervistati vorrebbero avere maggiori evidenze scientifiche a supporto dei dati che circolano in rete.

## 5. Conclusione

Storicamente, il mondo digitale è stato un “luogo” esente dalle leggi del mondo fisico. La presenza sempre maggiore dei social media nella nostra quotidianità ha portato questo tipo di cultura ad avere delle conseguenze importanti su molti aspetti della vita sociale e individuale (Greenhow et al, 2014).

Nonostante i considerevoli sviluppi nella tecnologia digitale e la grande crescita della conoscenza circa il come progettare e implementare interventi di attività fisica online, la maggior parte dei siti web di attività motorio-sportiva liberamente disponibili sembra ancora mancare delle caratteristiche giuste per produrre un cambiamento di comportamento da parte degli utenti. Buona parte dei partecipanti a questo studio hanno dimostrato di essere utenti critici dei social che utilizzano i new media cercando di trarre benefici in termini di salute e benessere. Il coinvolgimento dei social relativamente all'attività motoria è molto complesso e influenzato da fattori personali e contestuali. È necessaria una guida più ampia per i fruitori di servizi digitali, nonché per coloro che raccomandano e approvano i contenuti dei social media (Morrison et al, 2012). Inoltre, le future strategie di diffusione della pratica motorio-sportiva dovrebbero considerare attentamente i fattori contestuali (lavoro, casa e stile di vita, conoscenze e comportamenti preesistenti relativi alla salute e il valore percepito dei social media per l'influenza sull'attività motoria) che spingono all'uso dei social media per il cambiamento del comportamento nonché per l'attuazione e la valutazione di approcci su misura rispondenti alle esigenze della popolazione. Tuttavia, i risultati di questo studio dimostrano che la qualità sia dell'informazione che dei suggerimenti pratici veri e propri attraverso i social possono essere migliorati adottando una serie di semplici passaggi ed evidenze di carattere scientifico. La presente ricerca ha riconosciuto nelle reti sociali una positiva modalità di trasmissione dell'educazione motoria grazie alla quale motivare gli utenti ad incrementare i livelli di attività fisica.

Si parla sicuramente di un punto di partenza, in futuro sarà interessante sviluppare strategie ad hoc per la formazione e il supporto tramite Facebook della promozione dell'attività motorio-sportiva.

Le informazioni presenti su Facebook, nei prossimi anni, potrebbero essere il risultato del cambiamento culturale l'empowerment degli utenti.

## Riferimenti bibliografici

- Benzécri, J.P. (1973). *Analyse des Donne*. Paris: Dunod.
- Casolo, F. (2016). Didattiche dell'educazione e delle attività motorio e sportive. *Formazione & Insegnamento*, XIV,1, 13-24. ISSN 1973-4777
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*, 2nd edn. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale
- Crook, C. (2012). The 'digital native' in context: tensions associated with importing Web 2.0 practices into the school setting. *Oxford Review of Education*, 38, 1, pp. 63-80
- Ellison, N. B., & Boyd, D. (2013). Sociality through Social Network Sites. In Dutton, W. H. (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies* (pp. 151-172). Oxford, UK: Oxford University Press,
- Fini, A., & Cigognini, M. E. (eds.) (2009). *Web 2.0 e social networking. Nuovi paradigmi per la formazione*. Trento: Erickson.
- Gao F., Luo T., & Zhang K. (2012). Tweeting for learning: A critical analysis of research on microblogging in education published in 2008–2011. *British Journal of Educational Technology*, 43 (5), pp. 783-801.

- Gifi, A. (1990). *Non linear multivariate analysis*. Wiley, Chichester
- Green, S.B. (1991) How many subjects does it take to do a regression analysis. *Multivar Behav Res*, 26(3), 499–510.
- Greenacre, M.J. (1984). *Theory and applications of correspondence analysis*. Academic, London
- Greenhow, C., Gleason, B., & Li, J. (2014). Psychological, social, and educational dynamics of adolescents' online social networking. *Media Education: Studi, Ricerche, Buone Pratiche*, 5, 2, 115-130.
- Lipoma, M. (2019). L'approccio pedagogico-educativo alle attività motorie e sportive. *Formazione & Insegnamento*, XVII, 2, 7-10. doi: 107346/-fei-X VII-02-19\_01
- Manca, S. (ed.) (2012). I Social Network nell'apprendimento formale e informale. *TD-Tecnologie didattiche*, 20(1). <http://www.tdjournal.itd.cnr.it/journals/view/55>
- Manca, S., & Delfino, M. (eds.) (2014). Dinamiche psicologiche, sociali ed educative negli ambienti digitali distribuiti. *Media Education: Studi, ricerche e buone pratiche*, 5 (2)
- Morrison, L.G., Yardley, L., Powell, J., & Michie, S. (2012). What design features are used in effective e-health interventions? A review using techniques from Critical Interpretive Synthesis. *Telemed J e-Health*, 18, 137–144.
- Ngai, EWT, Moon SS., Lam, SS., & Tao, SC. (2015) Social media models, technologies, and applications: an academic review and case study. *Ind Manag Data Syst*, 115(5), 769–802
- Ranieri, M., & Manca, S. (2013). *I social network nell'educazione. Basi teoriche, modelli applicativi, linee guida*. Trento: Erickson.
- Reade, J. (2021). Keeping it raw on the 'gram: Authenticity, relatability and digital intimacy in fitness cultures on Instagram. *New Media Society*, 23(3), 535–53.
- Sibilio, M. (2012). Elementi di complessità della valutazione motoria in ambiente educativo. *Italian Journal Of Educational Research*, (8), 163-174.
- Slotte, S., Sääkslahti, A., Kukkonen-Harjula, K., Rintala, P. (2017). Fundamental movement skills and weight status in children: A systematic review. *Balt. J. Health Phys. Act.*, 9, 115–127
- Valentini, N.C., Nobre, G.C., De Souza, M.S., & Duncan, M. (2020) Are BMI, Self-Perceptions, Motor Competence, Engagement, and Fitness Related to Physical Activity in Physical Education Lessons? *J. Phys. Act. Health*, 17, 493–500.