

Reti neurali, un modello per la diagnosi dei melanomi

Notare variazioni nella composizione dei propri nei fa subito allarmare ma per chi ne ha molti e diffusi in tutto il corpo spesso risulta difficile individuare le cosiddette lesioni pigmentate sospette. Il melanoma è il più diffuso cancro della pelle, riscontrato in più del 70% dei pazienti, e la sua incidenza è in forte aumento negli ultimi anni, con una

crescita dei casi che procede ad un ritmo superiore rispetto a qualsiasi altro tumore. Una valutazione visiva attenta e costante può essere di grande aiuto nella diagnosi precoce e può permettere l'identificazione di neoplasie maligne già dai primi stadi, ma sebbene vi siano alcune accortezze per la rilevazione dei nei sospetti, come la nota «regola



dell'ABCDE» – Asimmetria, Bordi, Colore, Dimensioni, Evoluzione – questi criteri non sono sempre applicabili e non risultano sufficienti

a determinare con certezza se si tratti o meno di una lesione maligna. È quindi indispensabile integrare questi dati con l'ausilio della dermatoscopia, che è in grado di visualizzare le caratteristiche morfologiche della cute in maniera più dettagliata. Nonostante il grande supporto offerto da questo esame, la diagnosi di melanoma risente ancora di tempistiche dilatate. L'esaminazione di ogni singolo neo può richiedere diverso tempo, così come potrebbe risultare necessa-

rio un eccedente numero di biopsie in caso di sospetta diagnosi di melanoma e naturalmente è da considerare il possibile errore di valutazione medico. È questo il presupposto che ha portato un gruppo di ricercatori del Mit a sviluppare un modello automatico di rilevamento delle lesioni sospette basato sull'impiego di Reti Neurali Convolutionali Profonde (Dcnn). I risultati forniti dal sistema sono stati sottoposti all'analisi visiva di dermatologi esperti, i quali

nell'87% dei casi hanno confermato i risultati diagnostici forniti dal sistema, dimostrando che possiede una sensibilità che supera il 90%. L'enorme precisione dimostrata dalle Dcnn potrebbe, con grande probabilità, essere sfruttata in futuro nell'applicazione di screening dermatologici, anche su larga scala. Ciò consentirebbe un enorme risparmio, non solo in termini di tempistiche cliniche, ma anche di costi dell'imaging di singole lesioni.

Jasmine MILONE

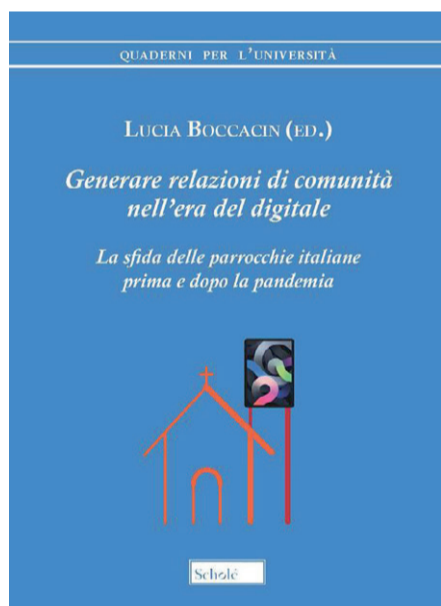
APOSTOLATO DIGITALE

condividere codici di salvezza

INDAGINE DELLA CATTOLICA – FOCUS SULL'IMPATTO RELAZIONALE DELLE NUOVE TECNOLOGIE

A cosa serve il digitale in parrocchia?

La pandemia ha modificato sostanzialmente le nostre vite, in particolare ci siamo resi conto di quanto mancassero i luoghi che rendevano possibili e accessibili le relazioni. Uno di essi, è costituito dalle parrocchie. Per gettare luce su tale contesto è stata realizzata una ricerca nell'ambito di un progetto dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Tale indagine pone al centro dell'attenzione le parrocchie italiane come ambiti nei quali è possibile esperire relazioni significative sotto diversi profili: educativo, della socialità, del supporto reciproco. I risultati emersi da tale studio sono illustrati nel volume curato da Lucia Boccacin, dal titolo «Generare relazioni di comunità nell'era del digitale: la sfida delle parrocchie italiane prima e dopo la pandemia». Al fuoco dell'indagine è stata posta la realtà ecclesiale locale delle parrocchie italiane, con l'obiettivo di comprendere come in essa si generassero e si sviluppassero relazioni sociali interpersonali e associative e quale fosse l'impatto delle tecnologie digitali in tali relazioni, nel supportare e rinforzare le relazioni medesime, da un lato e, dall'altro, nel costruire comunità anche attraverso itinerari innovativi. Il gruppo di parrocchie denominato comunità di attaccamento (che riguarda il 40,0% dell'universo), è caratterizzato da una rappresentazione della comunità di tipo pragmatico. Questo gruppo si caratterizza per la risposta ai bisogni pratici (30, 2%) e di socialità (17,3%).



Dalla ricerca spunti di riflessione, tra cui la necessità di consolidare la conoscenza dei dispositivi digitali

Per quanto riguarda l'utilizzo e il significato attribuito alla presenza delle tecnologie digitali in questo gruppo si evidenzia un utilizzo limitato di tali tecnologie (35,2%) prevalentemente finalizzate a svolgere una funzione di tipo informativo (60,5%). Il secondo gruppo di parrocchie, denominato comunità generative di capitale sociale, riguarda il 30,6% dell'universo di riferimento e comprende parrocchie impegnate in molteplici azioni solidaristiche, con una fitta rete di scambi con il territorio di riferimento. Rispetto alla presenza delle tecnologie digitali ed al loro apporto per quanto riguarda le relazioni comunitarie, questo gruppo ottiene il valore più elevato rispetto all'indice di abilitazione proattiva al digitale (pari a un punteggio medio di 3,4). Questo

gruppo di parrocchie è qualificato da relazioni sociali orientate alla reciprocità e alla strutturazione di reti sociali nell'ambito delle quali prende forma un valore sociale aggiunto, il capitale sociale secondario, risorsa cruciale per il benessere soggettivo e intersoggettivo. Il terzo raggruppamento identificato come comunità di luogo, 29,4% dell'universo, include contesti parrocchiali concreti in cui hanno luogo forme stabili di socialità. Esse si configurano come entità che attraverso l'agire intersoggettivo, rafforzano forme di appartenenza nelle quali le relazioni sociali ricevono rinforzo dalla loro collocazione all'interno dello spazio della parrocchia. Questo tipo mostra l'indice più alto di comunità promosso dalla tecnologia (3,3). Si tratta di contesti parrocchiali decisamente orientati all'utilizzo delle tecnologie digitali nelle relazioni (21,7%) e si connotano per uno stile relazionale comunitario misto in cui i tratti tradizionali nelle relazioni interpersonali si intrecciano con elementi modernizzanti. Dalla ricerca emergono molteplici spunti di riflessione, tra cui: la necessità di consolidare la conoscenza dei dispositivi digitali collocandoli nell'ambito di relazioni interpersonali e di comunità esistenti; e l'importanza di introdurre il tema della riflessività al riguardo dell'esperienza che la pandemia ha costretto tutti a vivere: una riflessività inclusiva che facendo tesoro di quanto acquisito, riesca a metterlo in circolo generativamente per costruire nuove esperienze di comunità all'interno e all'esterno delle parrocchie. In sintesi, che cosa consente alle parrocchie di tenere il passo con i tempi e affrontare il cambiamento sociale senza essere fagocitate da esso? In primis il fatto di operare attraverso un metodo intersoggettivo e comunitario: tale metodo permette alle parrocchie di mantenere relazioni che si arricchiscono anche mediante il ricorso alle Ict e che contengono uno spessore di scambio e di reciprocità fondamentale. Quello che la ricerca restituisce con certezza è che molto già c'è nelle parrocchie italiane. Questo molto già presente e attivo va scoperto, portato alla luce, ma risulta visibile scendendo in profondità. Forse è proprio questa la forza delle parrocchie italiane: continuare a essere presenti, a rilanciare relazioni interpersonali e digitali, a tessere reti, a generare contesti comunitari senza clamore, ma con un radicamento consolidato.

INDAGINE – CRESCITA DEL 14%

E-commerce, in Italia acquisti per 34 miliardi

Il settore dell'e-commerce è in costante crescita da quasi dieci anni e secondo l'indagine annuale condotta dall'Osservatorio eCommerce B2C Netcomm della School of Management del Politecnico di Milano, il valore degli acquisti condotti dai cittadini italiani arriva a toccare quota 34 miliardi di euro con una crescita del 14% rispetto all'anno passato. Come detto, una tendenza consolidata ma che ha visto un incremento sostanziale negli ultimi due anni di pandemia. Il lockdown di



A crescere maggiormente è il settore dei servizi che comprende il turismo e i trasporti

marzo 2020 aveva fatto registrare ovviamente un boom di acquisti su piattaforme di e-commerce con numeri impensabili che sono ovviamente diminuiti con l'attenuarsi degli effetti della pandemia, ma che hanno visto la crescita attestarsi secondo le percentuali dell'anno precedente. A crescere maggiormente è il settore dei servizi che comprende il turismo e i trasporti, ma che ha visto un aumento considerevole dei guadagni riconducibili al settore grazie alla possibilità di acquistare online i biglietti per eventi e strutture recettive. Restano invece stabili e registrano una crescita più rallentata i settori che da più tempo sono entrati nelle diete di acquisto degli italiani, come i vestiti che tuttavia rimangono in vetta alla classifica dei prodotti fisici più acquistati online dagli italiani. Secondo il report, nell'ultimo anno gli italiani hanno modificato anche le loro abitudini nell'acquisto di beni di prima necessità con un incremento del 17% nel solo anno 2021 di acquisti online nel settore alimentare. Tra le motivazioni c'è sempre quella legata alla pandemia che ha portato molti a preferire la comodità della spesa online e la nascita di piattaforme che consentono questa possibilità. Un mercato che dopo la rapida espansione di questi ultimi anni si va sempre più consolidando e che porta tuttavia degli interrogativi sull'impatto che lo sviluppo dell'e-commerce avrà sulle attività fisiche e se questo causerà un ridimensionamento del loro numero o una vera e propria scomparsa.

Alessandro MANNO



Webinar

Generare relazioni di comunità nell'era del digitale: la sfida delle parrocchie italiane prima e dopo la pandemia.