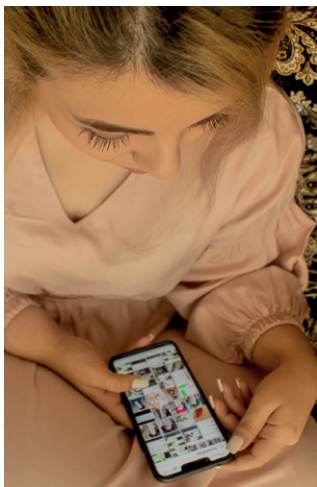


Una settimana senza social e l'ansia diminuisce...

La rivista Cyberpsychology, Behavior and Social Networking ha di recente pubblicato uno studio coordinato dall'Università di Bath relativo al rapporto tra benessere ed abuso dei social media su un campione di 140 volontari di età compresa tra i 18 e i 72 anni. Per una settimana i volontari hanno rinunciato ai

social network, spegnendo i propri smartphone o installando blocchi a siti ed applicazioni. Al termine della settimana i partecipanti sono stati sottoposti a tre test volti a misurare lo stato di ansia, di depressione e di benessere. Il confronto tra i risultati del gruppo di controllo ed i test somministrati ai partecipanti ad inizio



della settimana e al termine della stessa ha rilevato miglioramenti su tutti e tre gli aspetti analizzati. I risultati sembrano essere inequivocabili, ma è lo stesso studio a sottolineare alcune criticità: il campione preso in esame era composto prevalentemente da giovani donne mediamente istruite, disposte a prendere parte all'esperimento ed era estremamente limitato, solo 74 persone hanno dovuto rinunciare ai social media. La stessa durata della rinuncia, breve

e limitata nel tempo, ed il periodo di pandemia potrebbero aver influenzato i risultati. Lo studio parte però da basi solide: l'uso dei social media stimola la produzione di serotonina e dopamina, ormoni legati al controllo dell'umore, provocando piacere e gratificazione durante l'uso. I social media possono manipolare questi stimoli per indurre l'utente a svolgere azioni quali: cliccare su un nuovo video, pubblicare un aggiornamento, comprare un prodotto.

È possibile ottenere un'utenza fidelizzata e pronta a rispondere ai diversi stimoli e contenuti proposti, creando contemporaneamente un bisogno da soddisfare. Questi meccanismi e la pervasività sempre superiore di apparecchi entrati nella quotidianità di un'utenza sempre meno preparata e più sensibile, come sottolinea Jeff Lambert, primo autore dello studio, possono diventare fattori di rischio per la salute mentale.

Emanuele DENTIS

APOSTOLATO DIGITALE

condividere codici di salvezza

DICASTERO PER LA COMUNICAZIONE - PROGETTO PILOTA

Il cammino sinodale viaggia anche sulla rete!

Cominciamo, o cominciamo nuovamente un anno pastorale e sociale. Con diverse incognite, alcuni fondati timori rispetto all'economia, alla politica ed alla fragilità del nostro credere e sperare in tempo complesso. Riprende anche questo dialogo con i lettori sui temi della trasformazione digitale che impattano sulla nostra esistenza e sulla nostra fede. Il Sinodo della Chiesa universale, attraverso una iniziativa del Dicastero per la Comunicazione, ha nei mesi estivi portato avanti un progetto pilota - la Chiesa ti ascolta - condotto nel continente digitale ed attraverso strumenti digitali, di fatto un questionario erogato in tutto il mondo attraverso canali digitali, missionari nel digitale ed influencer cattolici. Anche noi come Apostola-

to Digitale abbiamo avuto modo di avere parte attiva. I risultati sono in corso di valutazione e saranno presto pubblicati ed anche noi ne daremo conto. Qualche indicazione e percezione è possibile però anticiparla all'inizio di questo nuovo anno per dare anche il tono a questi nostri incontri settimanali. La prima indicazione che emerge potente è il desiderio di partecipazione attraverso il digitale alla vita della Chiesa ed al processo sinodale. Anche se lo schermo schermo, emerge come, paradossalmente, questo possa anche avvicinare chi altrimenti non si avvicinerebbe ed infondere coraggio e desiderio di dire la propria su come si immagina e desidera la Chiesa. Il digitale è luogo di evangelizzazione, di incontro, di confronto in cui il mondo ci chiede di essere: sia la nostra gente, che la gente che è «fuori» ma che è sorprendentemente

e piacevolmente interessata alla vita della Chiesa. Questo riteniamo possa essere un incoraggiamento per chiunque, con qualunque ministero, con coraggio si spende anche tra le pagine digitali, cerca contatti, stabilisce legami, condivide pensiero, riflessioni, spiritualità. La rete dice che tutto questo è apprezzato ed apprezzabile. Gli estremismi non piacciono, sconcertano, talora scandalizzano. Un sano discernimento ci aiuterà ad essere più credibili laddove ci presentiamo come credenti. Una seconda indicazione di fondo dice che esiste una percezione della Chiesa che è distante dalla realtà che

genericamente ciascuno di noi vive. Una Chiesa che secondo coloro che hanno risposto dovrebbe fare molte cose, ma che in effetti fa già. Poveri, ultimi, ascolto, preghiera: 13.000 questionari spesso dicono che tutto questo non esiste. Certamente ci sono delle zone d'ombra, situazioni complesse, mancanze e resistenze, durezza e scandali. Ma riesce difficile pensare che la portata sia tale da essere così generale e generalizzata. Dunque perché questa distanza in effetti eccessiva tra percepito e reale? Forse perché il narrato è troppo poco narrato, perché il virtuale non è specchio del reale, perché il reale in

qualche modo disdegna il virtuale? Non abbiamo risposte, non ancora. Ma certamente questo dato ci può invitare ad una riflessione maggiore, ancora una volta a testimoniare con maggiore parresia il bene che c'è che anche nel digitale va raccontato e condiviso in modo che possa essere testimonianza. Non va ostentato, è opera di Dio, ma forse neppure nascosto quasi che fosse una vergogna. Dobbiamo insieme cercare un equilibrio tra l'elemosina da farsi in silenzio e l'annuncio del bene sopra i tetti. In una condizione digitale che ha regole che non possiamo cambiare, ma a cui in qualche modo dob-

biamo stare, come una qualunque lingua e cultura di missione tra quelle che nei secoli il credere ha affrontato. Due semplici spunti tra i molti che ancora avremmo occasione di condividere, ma due punti di partenza in questa ripartenza ove digitale e reale, ove immateriale e ferilità sono spesso sovrapposti e nella sovrapposizione ci chiedono una parola, dei gesti, di essere presenza di Cristo. Non meno vera ed importante per il fatto di essere inculturata in questo mondo. Buon anno pastorale a tutti i lettori anche di questa pagina.

don Luca PEYRON
Ivan ANDREIS



Il digitale è luogo di evangelizzazione, di incontro, di confronto in cui il mondo ci chiede di essere: sia la nostra gente che la gente che è «fuori», ma che è sorprendentemente e piacevolmente interessata alla vita della Chiesa



La Chiesa ti ascolta

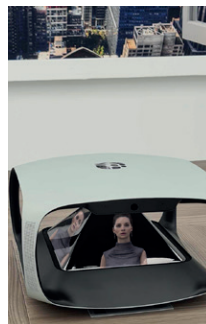
Riial (Information technology network of the Church in Latin America) è l'istituzione che ha ideato il progetto «La Chiesa ti ascolta», il questionario on line in sette lingue realizzato per includere l'ambiente digitale nel cammino sinodale.

NOVITÀ - PRIMO SMART SPEAKER PER AZIENDE DOTATO DI OLOGRAMMA 3D PERSONALIZZABILE

L'assistente aziendale? Una voce 3.0

Solo pochi mesi ormai ci separano dal termine di questo 2022 e sono proprio queste le tempistiche previste per la diffusione della nuova invenzione proveniente da The Digital Box, la prima AI Company tutta italiana con sede in Puglia. L'annuncio arriva direttamente dal fondatore e CEO Roberto Calculli che comunica la realizzazione del «primo smart speaker per aziende dotato di ologramma tridimensionale che mostra l'assistente sotto forma di un avatar con sembianze umane, personalizzabili dall'app dedicata,

e che utilizza l'intelligenza artificiale per agire in senso logico rispetto a quello che gli viene domandato, al tono della voce o all'espressione facciale delle persone con cui interagisce: il dispositivo vocale con intelligenza artificiale è in grado di organizzare riunioni e gestire documenti in real time». Un vero e proprio assistente vocale 3.0 in grado di affiancarci alla scrivania nelle operazioni quotidiane (letteralmente!). «Gli smart speaker come Google Home o Alexa fanno sempre più parte della nostra vita quotidiana e la mia



previsione è che entro 10 anni parleremo con il 70% di tutti i dispositivi tecnologici», dichiara Roberto Calculli, «Abbiamo deciso di mettere a disposizione delle aziende i vantaggi di uno smart speaker dotato di intelligenza artificiale sviluppando un nostro dispositivo con hardware e design italiano, un sistema di audio-conferenze proprietario e quadrifonico che si connette a tutte le piattaforme aziendali». Grazie alla piattaforma d'Intelligenza Artificiale Algho, la ricezione degli ordini vocali verrà resa semplice ed im-

mediata e sarà quindi possibile organizzare riunioni virtuali, reperire o avviare la presentazione di documenti aziendali. The Digital Box ha raccolto finora più di 3,5 milioni di euro, in modalità finanziamento, contributo e investimento. «Il mercato degli Intelligent Virtual Assistant», afferma Michele Condi, direttore del progetto, «vale già oggi tre miliardi di euro, di cui oltre il 30% per assistenti virtuali su smart speaker. Un mercato che supererà i 35 miliardi entro il 2027».

Jasmine MILONE