

IL PROGETTO

Uno spazio di formazione
 L'associazione WeCa, costituita legalmente il 22 maggio del 2003, nasce dalla richiesta di una quarantina di webmaster cattolici che, in un seminario di studio tenutosi a Roma nel marzo del 2002, auspicavano la creazione di uno spazio condiviso e sinergico in cui riconoscersi e da cui essere sostenuti nella progettualità formativa e nelle strategie future. Tra i soci fondatori vi sono la Fondazione Comunicazione e cultura, l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, la diocesi di Roma, l'arcidiocesi di Perugia-Città della Pieve e Itaskintem. Per iscriversi all'associazione, personalmente o per conto dell'ente o dell'associazione di cui si fa parte, basta compilare il modulo sul sito www.weca.it/per-associarsi. Associandosi a WeCa si avrà la possibilità di usufruire dell'abbonamento gratuito digitale ad Avvenire sino al 20 aprile 2022. Per informazioni: www.weca.it.



Dentro la vera anima della Rete

Un ambiente visitato da 4,57 miliardi di persone. Ai social media - la cui irruzione nel tempo della comunicazione è stato il «big bang» del mondo della Rete - è dedicato il libro *Social media: uso o ab-uso*, pubblicato dalla Libreria editrice Vaticana (anno 2021, pagine 89, 10 euro). Lo firma Vincenzo Corrado, giornalista e direttore dell'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali della Conferenza episcopale italiana. A partire da una consapevolezza: «L'esistenza umana si svolge in questo ambiente che non è qualcosa di altro, ma appartiene alla nostra umanità, a tal punto che ogni uso e abuso ha una valenza fortemente esistenziale». Una presenza che, tra le pagine, affiora nel farsi azione in una ottica generativa. Il testo, ancorato alla citazione del magistero sin dalle porte del Concilio Vaticano II con l'istituzione della prima Giornata mondiale delle comunicazioni sociali offre una ideale bussola di riferimento puntata su quattro

direzioni: desiderare, mettere al mondo, prendersi cura e lasciare andare. Un testo che affronta le problematiche legate al mondo digitale. La prefazione del testo è a firma di Riccardo Prandini, professore ordinario di Sociologia dei processi culturali e comunicativi dell'Università di Bologna. Dieci consigli pratici guidati da altrettanti studiosi, esperti di comunicazione di media, pastori e documenti ecclesiali. La spinta è missionaria. Un libro che affronta le problematiche legate all'ambiente digitale, un mondo virtuale che è parte della realtà quotidiana di molte persone, specialmente dei più giovani. Queste pagine sono una provocazione nel gioco di antitesi - uso e abuso - rispetto al rapporto con le piattaforme digitali, in modo particolare i social network.

Fabio Bolzetta, presidente associazione Web cattolici italiani



Pagina a cura dell'Associazione WebCattolici Italiani (WeCa) via Aurelia 468, 00165 Roma info@webcattolici.it - www.weca.it



Dalla radio al cellulare

Molto più di un'icona sullo smartphone

Distinguere tra web app, native e ibride per scegliere la più funzionale per la parrocchia

DI DANILLO DE LEO

Serve o no una app per la mia parrocchia? La prima risposta che potrebbe venire in mente sarebbe "no". Ma prima di dare risposte affrettate cerchiamo di conoscere quali sono i tipi di applicazioni (app) presenti sul mercato e proviamo a capire quali siano le reali esigenze della parrocchia. Scopriamo quali sono i tipi di app. Iniziamo con la definizione di "App Native". Nonostante il termine "app nativa" non sia molto conosciuto al grande pubblico, rappresenta la grande maggioranza delle applicazioni che vengono scaricate ogni giorno. Le app native sono applicazioni sviluppate specificamente per un sistema operativo, ad esempio Windows, Android o iOS. Ognuno con le sue specificità. Ma quali sono i punti di forza e i punti deboli di un'app nativa? Le app native sono veloci e assicurano un'elevata esperienza all'utente. Permettono

un accesso più facile a tutte le funzionalità del telefono, dall'accelerometro alla fotocamera o al microfono. È possibile utilizzare le notifiche push. Queste notifiche permettono di avvisare gli utenti e di attirare la loro attenzione ogni volta che lo desideriamo, come per esempio per avvisare di un nuovo contenuto oppure a scopo promozionale. Le app native non necessitano obbligatoriamente di internet per funzionare: il che costituisce certamente un vantaggio. Devono essere installate sul dispositivo dagli Store (Google play, Windows store o Apple store) occupando spazio e memoria. Hanno purtroppo un costo molto alto soprattutto se si vuole pensare sia alla versione iOS che Android. Il secondo tipo è rappresentato dalle "Web app". Tutti noi abbiamo avuto a che fare con una web app, ma può darsi che non ce ne siamo resi conto. Ad esempio, quasi sicuramente avremo navigato in una versione mobile di un sito web. Come avrete intuito la versione web di un sito altro non è che una web app. Anche in questo caso ci chiediamo: quali sono i punti di forza e i punti deboli di una Web app? Si tratta di una app che funziona come un sito web, senza nessuna differenza tra piattaforma, sistema di sviluppo, codice. Sono di solito più lente delle app native. Gli utenti non dovranno installare l'applicazione sul loro smartphone (le web app non sono presenti sugli store) e quindi la capacità di memoria del dispositivo non verrà intaccata. Ciò è un importante punto di forza dal momento che la memoria dei telefoni è sempre troppo poca. Tra app, canzoni, video, i gigas si esauriscono in fretta e ci si ritrova rapidamente a corto di memoria. Non è possibile utilizzare le notifiche push e non è possibile interagire con i sensori e le funzionalità dello smartphone o dei tablet quali la fotocamera o l'accelerometro. Le Web app costano molto meno delle app native perché sono a tutti gli effetti dei siti web responsive.



Le parrocchie al passo con le comunità sono raggiungibili anche con l'app

Esistono poi le "App ibride". Tra le app native e le web app troviamo le applicazioni ibride. Rispetto alle app sviluppate in nativo, sono più rapide e meno care da sviluppare proprio perché si tratta di versioni adattate di un sito web. Quali sono i punti di forza e i punti deboli di una app ibrida? È più veloce e facile da realizzare rispetto alle app native. È possibile inviare notifiche push e interagire con i sensori e le funzionalità del telefono. È possibile scaricarle dagli store. È multi piattaforma quindi viene generata in una sola versione funzionante sia su iOS che Android. Esistono infine le "Progressive web app" (Pwa). Sono il futuro delle app secondo Google. In particolare le progressive web app sono semplicemente siti web avanzati che possono comportarsi come app native. Le Pwa sono affidabili perché funzionano anche offline, perché vengono memorizzate nella memoria del telefono e coinvolgenti perché non sono invasive e assicurano un'ottima user experience. Sono ancora in fase di sviluppo e non ancora pienamente supportate da tutti i sistemi

operativi, ma sembra proprio che occuperanno una posizione importante nel mondo delle app. Arrivati a questo punto, quale tipo di app scegliere? Facciamoci le ultime domande: la mia parrocchia ha bisogno di fidelizzare gli utenti con un alto grado di interazione tra loro e con la parrocchia? Vogliamo creare una community in cui i membri possano scambiarsi tra loro notizie, foto, messaggi? Allora una app nativa è la scelta migliore, ma mi raccomandando ai costi da sostenere. La mia parrocchia ha bisogno solo di essere raggiungibile online dai dispositivi mobile? Allora la Web app fa al caso suo. Si tratta praticamente di un sito web mobile-friendly. La mia parrocchia ha bisogno di essere raggiungibile online e consultabile offline in ogni momento ma ha anche necessità di una certa interazione con gli utenti? Allora le app ibride o le Pwa possono essere la scelta giusta. Alla domanda quindi se alla mia parrocchia serve o no una app possiamo rispondere "Sì", almeno di una "web app" per essere raggiungibili anche da mobile.

La nuova epoca degli audio: il Rinascimento dei podcast

La parola "podcast" è nata a metà anni duemila con la diffusione dei riproduttori audio portatile «iPods» prodotti dalla Apple. I podcast - materialmente dei file audio - sono nati come programmi che non venivano trasmessi attraverso i canali tradizionali (broadcast) ma erano scaricati e ascoltati sugli iPod (da qui podcast). Con gli smartphone e il predominio dei contenuti video, i podcast per un periodo sono passati di moda, per lo più riservati a piccole produzioni artigianali, oppure alle radio come strumento per rilanciare i loro programmi on demand. Da alcuni anni a questa parte, però, in tutto il mondo il formato del podcast è entrato in nuovo rinascimento, come testimoniato dal fiorire di piattaforme e applicazioni gratuite e a pagamento. Forse la frenata di un digitale che esaspera gli utenti a succi di notifiche e aggiornamenti, o forse l'irrimediabile potere della voce e dello storytelling hanno riacceso i riflettori sulle potenzialità di un medium profondo e malleabile, capace di plasmare racconti e scenari grazie all'ausilio di un microfono e di un semplice programma di registrazione, magari gratuito come «Audacity». Nelle piattaforme si mescolano senza soluzione di continuità prodotti assai diversi come audiolibri, podcast originali, puntate di

trasmissioni radiofoniche, versioni solo audio di programmi in streaming di successo. Le piattaforme di podcast sono accessibili sia da browser tramite computer, sia da dispositivi mobile - assistenti vocali, smart tv e navigatori per audio compresi. Ad oggi - febbraio 2022 - la regia dei podcast è la piattaforma Spotify nata come contenitore freemium (gratuito, ma con alcune funzionalità a pagamento), che però ha scommesso anche sui podcast, con grossi investimenti e produzioni originali. Di Spotify è anche il servizio gratuito «Anchor», che permette a chiunque di creare un proprio podcast e di vedersi riconosciuto un guadagno sulla base delle pubblicità con esso trasmesse. Alta piattaforma di podcast che svolge al contempo la funzione di caricamento e pubblicità è Speaker, si dividono invece gli utenti degli smartphone per i possessori di iPhone la scelta ricade il più delle volte sulla piattaforma nativa di Apple Podcast, mentre per gli amanti di Android la soluzione più comoda è quella fornita da Google Podcast. Infine, impossibile non citare Audible, servizio a pagamento di Amazon. Con un costo mensile è possibile accedere a uno sconfinato catalogo di audiolibri, ai quali però si sono aggiunte produzioni di prima qualità di podcast audio. Andrea Canton

WWW.WECA.IT
ASSOCIAZIONE WEBCATTOLICI ITALIANI
 PER ASSOCIARTI WECA.IT
 Un luogo di scambio e di condivisione per tutti per gli amanti degli strumenti digitali

LE PAROLE DEL WEB: BIAS

Verso scorcioite mentali

Bias è un termine contraddittorio: letteralmente significa "tendenza", "inclinazione", "distorsione". Nell'ambito scientifico sono presenti entrambe le accezioni: in statistica bias è la tendenza a discostarsi dalla media, in elettronica invece la polarizzazione. Bias ha dunque in sé l'idea di eliminare i valori medi, di dividere il mondo in due parti, bianco e nero, positivo e negativo. Applicato ai processi mentali il termine bias indica pregiudizi e distorsioni mentali che portano le persone a decidere come comportarsi o ad attribuire un significato a ciò che discutono o che apprendono. I bias cognitivi o i bias comportamentali non sono una condizione patologica, ma fanno parte di un

modo normale di ragionare e di scegliere che le persone adottano in ogni circostanza, in maniera spesso inconsapevole. Lo psicologo Daniel Kahneman, Nobel per l'economia per i suoi studi sui processi decisionali, ha condensato nel libro *Pensieri lenti e veloci* l'analisi dei processi mentali, osservando come le "scorcioite mentali" portano a semplificare la comprensione, ad accentrarsi di ciò che appare a prima vista, ad accettare l'interpretazione dei confermi, ciò che si è già pensato o che si è deciso in occasioni precedenti. La velocità di reazione e di pensiero, tipica della rete, è il luogo ideale per esprimere tutte le conseguenze dei bias. Andrea Tomasi



Sanità e tecnologie, contano le persone

Quando sentiamo parlare di sanità digitale, di intelligenza artificiale o di telemedicina, ovvero di investimenti provenienti dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (almeno 18,5 miliardi di euro da spendere entro il 2026) sentiamo aprirsi una speranza. Un Servizio Sanitario Nazionale più digitalizzato dovrebbe portare maggiore efficienza, così come l'uso della telemedicina dovrebbe portare le cure al domicilio della persona o in quei territori in cui non ci sono più presidi ospedalieri. Una intelligenza artificiale capace di migliori valutazioni porterà diagnosi più esatte e speriamo più precoci. In realtà, l'esperienza della persona che scopre di essere malata



insegna che tutto questo, auspicabile e necessario, non basta. Il primo sentire del malato è la solitudine. E la solitudine non può essere colmata da uno strumento, ma soltanto da una presenza. Lo spazio vuoto intorno a me lo posso riempire solo di altre

persone che si prendono cura di me. Ecco perché, insieme agli strumenti citati e alle strutture cliniche in cui svolgere la professione di cura, sono necessari i "curanti", ossia tutti coloro che per scelta hanno deciso di dedicarsi ai bisogni di salute della persona, della comunità e dell'ambiente. La cura dell'altro non deve essere fatta da persone che si prendono cura di altre persone che si trovano a confrontarsi con la malattia. Nelle strutture e con gli strumenti adatti sempre tecnologicamente avanzati, si, ma servono più persone rispetto a quelle attuali. Massimo Angelelli, direttore Ufficio nazionale per la pastorale della salute, Conferenza Episcopale Italiana