Al via il nuovo master in “Big Data Analytics & Social Mining”, il corso nato dalla collaborazione tra l’Università di Pisa e il CNR che mira a formare la figura professionale del “data scientist”. La giornata di apertura e accoglienza degli allievi è in programma mercoledì 28 gennaio, a partire dalle 10.30, nell’Aula Gerace del dipartimento di Informatica (in Largo Pontecorvo 3) e si aprirà con i saluti di Paolo Mancarella, prorettore alla Didattica dell’Università di Pisa, Franco Turini, direttore del dipartimento di Informatica, Claudio Montani, direttore dell’Istituto di Scienza e Tecnologie dell’Informazione “A. Faedo” - ISTI-CNR e Domenico Laforenza, direttore dell’Istituto di Informatica e Telematica - IIT-CNR.

All’evento parteciperanno i docenti, gli studenti e i rappresentanti delle aziende e delle istituzioni partner del master.

Alle ore 11, il professor Dino Pedreschi illustrerà il percorso di formazione del master, mentre alle 12 si terrà la tavola rotonda “La sfida della Big Data Analytics e della formazione dei Data Scientist” con interventi di Enrico Melchioni (List), Monica Mori (Tiscali), Mariano Tredicini (Telecom Italia), Toni Virgillito (Istat). Modera Fosca Giannotti, coordinatore del Laboratorio SoBigData. Nel pomeriggio, a partire dalle 14, è previsto un incontro fra studenti, docenti e aziende partner del master. Saranno presenti Anna Monreale del dipartimento di Informatica, Claudio Lucchese dell’ISTI-CNR e Maurizio Tesconi dell’IIT-CNR. Il programma mattutino è aperto al pubblico.

Tra le primissime e più innovative iniziative del genere nel panorama universitario italiano ed europeo, il master in “Big Data Analytics & Social Mining” è rivolto ai laureati magistrali in qualunque disciplina e mira a formare la figura professionale del “data scientist”, che “The Economist” ha definito la più interessante del XXI secolo. Lo scienziato dei dati deve avere almeno tre competenze specifiche. La prima è sapere gestire, acquisire, organizzare ed elaborare dati. La seconda è sapere come estrarre conoscenza dai dati. La terza capacità è lo storytelling, il sapere comunicare a tutti, con diverse forme di rappresentazione, le storie suggerite dai dati. Il “data scientist” è insomma una figura emergente e preziosa che unisce le competenze dell’informatico, dello statistico e del narratore, al fine di estrarre le pepite d'oro nascoste sotto le montagne dei Big Data. Il tutto entro una forte dimensione etica, perché un uso distorto dei Big data può porre a rischio la nostra libertà e i nostri diritti.