Si chiuderanno il 28 novembre le iscrizioni al nuovo master di secondo livello in “*Big Data Analytics & Social Mining*
” (
www.sobigdata.eu/master/bigdata
), frutto della collaborazione tra l’Università di Pisa e il CNR, le cui lezioni partiranno a febbraio del 2015 e dureranno un anno. Basato sull’esperienza e sui progetti sviluppati all’interno del laboratorio SoBigData, che vede appunto riuniti studiosi delle due prestigiose istituzioni, il master è stato presentato in Rettorato dal direttore Dino Pedreschi, dal coordinatore del SoBigData Lab, Fosca Giannotti, e dai ricercatori del laboratorio, Anna Monreale, Claudio Lucchese e Maurizio Tesconi.

Erano inoltre presenti il prorettore vicario dell'Ateneo, Nicoletta De Francesco, il direttore del dipartimento di Informatica, Franco Turini, e il presidente dell’Area del Cnr di Pisa e direttore dell'IIT-CNR, Domenico Laforenza. In rappresentanza delle numerose aziende e degli enti che a vario titolo collaborano con il SoBigData Lab – tra i quali ISTAT, ENEL, Wind, Octo Telematics, Coop, Tiscali, il “Sole 24 Ore”, BNova, Almaviva - all’incontro ha partecipato il dottor Walter Fabbri, dell’IT Officer dell'Unicoop Tirreno Scrl.

Tra le primissime e più innovative iniziative del genere nel panorama universitario italiano, 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”, la più interessante del XXI secolo secondo “The Economist”. “Lo scienziato dei dati – ha sintetizzato il professor Pedreschi - 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.

I Big Data sono, infatti, le briciole digitali che le attività umane lasciano per effetto del nostro uso quotidiano delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Briciole che registrano la realtà dei comportamenti individuali e collettivi con una scala e precisione senza precedenti. Questi strumenti stanno rivoluzionando la scienza e il business e diventando la materia prima dei prossimi cambiamenti economici e sociali: aiuteranno i governi ad attuare politiche più efficaci e le persone a migliorare la qualità della loro vita, così come aiuteranno le aziende a progettare prodotti migliori e a creare nuovi modelli di business. Per trasformare questi vasti oceani di dati disordinati in conoscenza organizzata sarà indispensabile poter contare su un numero sempre più elevato di professionisti qualificati, che oggi sono invece largamente insufficienti. Il master pisano in “Big Data Analytics & Social Mining” è nato proprio per rispondere a questa esigenza.