Rassegna del 22/01/2017

CULTURA, SCIENZA ED ISTRUZIONE

REPUBBLICA	Int. a MURGIA SAVERIO E NARDELLI LUCA: "CON UN ALGORITMO LEGGIAMO LA REALTÀ AI NON VEDENTI"	*D'ALESSANDRO JAIME*	1
SOLE 24 ORE	«CALL FOR IDEAS». SPORT PER TUTTI, BANDO VODAFONE DA 1,6 MILIONI	*V.RI.*	2
UNITA'	I MUSEI SONO POCO "SOCIAL" SOLO IL 57% HA UN SITO WEB		3

la Repubblica

22-GEN-2017
pagina 19
foglio 1

L'INTERVISTA

"Con un algoritmo leggiamo la realtà ai non vedenti"

JAIME D'ALESSANDRO

ROMA. A ventitré anni sperimentavano all'Isict di Genova, l'Istituto superiore di studi in tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Saverio Murgia e Luca Nardelli, ingegneri biomedici, lavoravano ad un robot capace di muoversi da solo grazie all'intelligenza artificiale. Poi un giorno si imbattono in un non vedente che chiede aiuto per attraversare ad un incrocio modificato a causa di lavori in corso. «In quel momento ci è venuto in mente di creare Horus, un dispositivo in grado di raccontare il mondo ai ciechi grazie alla visone sintetica», spiega Murgia che oggi ha 25 anni: lui è di Savona, l'altro di Trento. Fondatori della Eyra, in questi giorni hanno ricevuto il riconoscimento di *Forbes* dato ai maggiori talenti under 30 in circolazione.

«Il primo prototipo era grosso come uno zaino e andava collegato alla presa elettrica», ricorda Murgia. «Ora è una sorta di walkman collegato a una cuffia dotata di telecamera».

Cosa possono vedere i ciechi con Horus?

«L'intelligenza artificiale legge qualsiasi testo che viene tradotto in parole. Un quotidiano, un libro, un biglietto da visita o il menu di un ristorante. Così come il nome di una via».

Ma non è ancora in grado di descrivere il mondo circostante.

«Non esattamente. Può riconoscere oggetti e persone. E si può associare ad un volto un nome, così che venga poi memorizzato. Da quel momento in poi Horus avvertirà quando quella persona si sta avvicinando. Può anche fornire una descrizione di massima di quel che ci circonda e si può collegare allo smartphone per leggere sms o messaggi».

Da dove siete partiti? Anzi: come siete partiti?

«Vincendo un finanziamento di 15mila euro nel concorso europeo Idea Challenge. Così abbiamo comprato una stampante 3D per realizzare il prototipo e delle telecamere per la visione artificiale gestita dagli algoritmi. Altri 25mila euro sono arrivati da Telecom e con quelli abbiamo assunto due persone: uno sviluppatore per il codice e una designer per creare il brand e l'identità aziendale».

Gli altri finanziamenti, quelli importanti, dove li avete trovati?

«Negli Stati Uniti dalla 5Lion Holdings, che ha dato alla Eyra 900 mila dollari a inizio 2016. Avevamo provato in Italia, senza successo. Tutti volevano vedere prima il dispositivo costruito e pronto a entrare in produzione. Cosa impossibile senza fondi. Poi, quando la 5Lion ha stanziato i suoi fondi, si sono fatte vive anche realtà italiane e alcune erano quelle che avevamo contattato».

E voi gli avete chiuso la porta in faccia.

«Sì, ma non per ripicca. Abbiamo i fondi necessari ad entrare in produzione. Per ora non ne servono altri».

A proposito: quando vedremo Horus sul mercato?

«A breve. Appena avremo le certificazioni necessarie. Costerà 1500 euro circa, ma essendo costruito con componenti simili a quelli di uno smartphone se gli ordini dovessero essere tanti, potremmo riuscire un domani ad abbassare il prezzo. Non è una possibilità remota: nel mondo ci sono 300 milioni di non vedenti o ipovedenti».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

La storia
Artisti, diplomatici e hacker gli under 30 più influenti d'Italia

Il Sole 24 ORE

22-GEN-2017
pagina 16
foglio 1

Sport&Business

TUTTI I NUMERI DELLO SPORT
#COMITATOPARALIMPICO #TARVISIO'17

«CALL FOR IDEAS»

Sport per tutti, bando Vodafone da 1,6 milioni

Un milione e seicentomila euro per i disabili. Fondazione Vodafone Italia lancia "Call for Ideas", bando che premierà idee e progetti che mirano ad incoraggiare la diffusione della pratica sportiva tra le persone diversamente abili. Possono rispondere alla "chiamata" enti e associazioni no profit presenti sul territorio nazionale come società e associazioni sportive senza scopo di lucro; federazioni sportive paraolimpiche; federazioni sportive riconosciute dal Cip come discipline sportive paraolimpiche; enti di promozione sportiva paraolimpica; organizzazioni di volontariato; cooperative sociali o consorzi di cooperative sociali; associazioni di promozione sociale (APS); associazioni; fondazioni e imprese sociali riconosciute e iscritte presso il Registro delle Imprese secondo la legge 155/2006.

Le candidature dovranno pervevenire online, entro il 31 gennaio 2017, sul sito www.fondazionevodafone.it.

Fondazione Vodafone Italia nasce nel 2002. Ha investito fino ad oggi circa 85 milioni per un totale di oltre 400 progetti sostenuti sul territorio italiano. Una presenza molto capillare di sostegno al territorio con il 30% dei fondi destinati a progetti nel Nord Italia, il 21% al Centro, il 19% al Sud ed il 30% ad Associazioni presenti su più sedi a livello nazionale.

V. Ri.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

l'Unità

22-GEN-2017
pagina 14
foglio 1

I musei sono poco "social" Solo il 57% ha un sito web

Da una ricerca dell'Istat spiccano i Vaticani. Il 41% appena ha account sui social. Venaria e Maxxi i più amati su Facebook

I musei su internet? I Musei Vaticani ci si sono già buttati a pesce, con un nuovo sito web che verrà presentato domani e molti progetti per incrementare i servizi offerti online, dalla vendita dei biglietti alla visita delle collezioni. Anche in territorio italiano molti dei quasi cinquemila luoghi tra aree archeologiche, musei e monumenti contati dall'Istat stanno provando a rilanciarsi nel mondo digitale. Anche se, a scorrere i dati, dal nord al sud, dai musei statali alle realtà comunali, il lavoro da fare è ancora tanto: stando al rilevamento solo poco più della metà dispone di un sito web, spesso non benissimo organizzato e molto spesso solo in italiano. Ancora meno sono i musei provvisti di un account social, pochissimi quelli presenti sui tre social più diffusi: (Facebook, Twitter, Instagram.

«Le istituzioni culturali si trovano oggi di fronte a una doppia sfida: non basta attrarre visitatori, bisogna trovare il modo per comunicare il proprio patrimonio in un modo nuovo, che lo renda più prossimo alle esigenze di conoscenza ed esperienza di cittadini e turisti», raccomanda Michela Arnaboldi, direttore scientifico dell'Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività culturali, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano, promotore di una ricerca su musei e digitalizzazione.

Il Ministero per i beni e le attività culturali e il turismo (Mibact) già dalla gestione dell'ex ministro Massimo Bray (governo Letta), e sempre di più con Dario Franceschini, sta cercando di spingere i suoi musei a diventare sempre più digital e sempre più social anche con campagne mensili promosse con gli account ufficiali del ministero. E qualcuno si distingue più degli altri, dagli Uffizi al Maxxi, dalla Galleria d'Arte Moderna a Roma all'Egizio a Torino.

Ma non è così facile: stando agli ultimi dati raccolti dall'Istat, parlando di strumenti digitali il più diffuso è il sito web, posseduto oggi dal 57% dei musei italiani. Seguono gli account sui social network (41%) e poi la newsletter (25%). Solo il 20% offre però allestimenti interattivi o ricostruzioni virtuali, il 19% il wifi gratuito. E quando si parla di QR code, catalogo accessibile online o visita virtuale del museo dal sito web le percentuali scendono fino al 13-14%.

Condotta nel 2016 su un campione di 476 musei, l'indagine dell'Osservatorio Innovazione Digitale sottolinea che i siti web spesso non facilitano l'utente come potrebbero e nel 49% sono solo in italiano. Per non parlare di servizi avanzati: solo il 6% dà la possibilità di acquistare online merchandising o materiale legato al museo fare donazioni, appena l'1% permette di fare crowdfunding.

Quanto alla presenza sui social network, il 52% possiede un account, ma solo il 13% è presente su tutti e tre i social più diffusi (Facebook, Twitter, Instagram), anche se il 10% dei musei senza un sito internet risulta però attivo su Facebook. Nel campione analizzato dall'Osservatorio, i tre musei con più *page like* su Facebook sono i Musei Vaticani, seguiti dalla Reggia de La Venaria Reale e dal MAXXI - Museo d'arte contemporanea di Roma. Su Twitter primeggia il profilo dei Musei in Comune di Roma, seguito MAXXI e dal Museo del Novecento a Milano. Particolarmente attivi, con i tweet, sono anche gli Uffizi.

Su Instagram, vince la Peggy Guggenheim Collection di Venezia, seguita dalla Triennale di Milano e MAXXI. Ben il 62% è invece su Tripadvisor e tra i presenti molti (51%) hanno un certificato di eccellenza.