

Corriere Innovazione

Le interviste (dal vivo) al nuovo robot Iit. E a Mr Candy Crush

Al Pavilion il 23 febbraio il lancio del nuovo mensile del «Corriere» dedicato alla cultura dell'innovazione

Suo fratello minore è stato impiegato dopo il terremoto di Amatrice per rilevamenti sulle condizioni di edifici in cui sarebbe stato pericoloso l'accesso umano. È il capostipite dell'automa intelligente che non «trama» per rubare il lavoro dell'uomo nelle fabbriche, ma è capace di intervenire in sua difesa.

Ora il nuovo Walkman (nome ancora ufficioso), il robot umanoide specializzato in *disaster recovery* dell'Istituto italiano di tecnologia, sarà presentato venerdì 23 febbraio per la prima volta in pubblico in occasione del lancio del nuovo mensile di cultura del-

L'evento

● Appuntamento alle 11.30 all'Unicredit Pavilion di piazza Gae Aulenti 10

● La partecipazione è libera e gratuita previa registrazione alla mail eventinazionali@corriereinnovazione.it

l'innovazione del *Corriere della Sera*, «Corriere innovazione». A intervistare Walkman è il direttore scientifico dell'Iit Roberto Cingolani, dopo il saluto del direttore del *Corriere della Sera* Luciano Fontana, sarà Massimo Sideri, editorialista del *Corriere della Sera* e responsabile editoriale di *Corriere Innovazione*. Insieme a Walkman anche un neonato robot quadrupede, studiato per intervenire in condizioni ancora più pericolose, come in caso di centrali nucleari instabili.

Gli ospiti d'eccezione non finiscono qui. A raccontare uno dei maggiori casi di suc-



Umanoide

Walkman è il grande robot capace di operare nelle situazioni di disastro. È stato sviluppato dall'Istituto italiano di tecnologia di Genova

cesso digitale sarà, per la prima volta su un palco in Italia, Riccardo Zacconi, «padre» della app più famosa al mondo Candy Crush. La sua King.com è stata venduta per 5,9 miliardi di dollari alla fine del 2015 al colosso dell'entertainment Activision Blizzard.

La mattina di venerdì sarà l'occasione per scoprire i contenuti del nuovo mensile. Un magazine tutto nuovo che uscirà con cadenza mensile in edicola e su digital edition come allegato gratuito al quotidiano. La testata dedicata alla cultura dell'innovazione, con una nuova formula grafica di grande impatto che permette

di raccontare tutti i nuovi temi in maniera divulgativa, è parte di una più ampia piattaforma con il corriereinnovazione.it, dove troverete ogni giorno notizie aggiornate, i tradizionali eventi in giro per l'Italia e, a partire da marzo, i breakfast del Corriere Innovazione ogni volta con un ospite d'eccezione. L'appuntamento del 26 febbraio, aperto a tutti e a ingresso gratuito previa registrazione a eventinazionali@corriereinnovazione.it, si terrà all'Unicredit Pavilion di piazza Gae Aulenti 10 alle 11.30. Seguirà light lunch.

Giulia Cimpanelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ecco il nuovo centro internazionale per la cultura digitale a Milano

Il progetto di Fondazione Cariplo e di Meet the Media Guru al via entro fine mese

di Elena Papa

«Il mondo diventerà digitale». Erano gli inizi degli anni Ottanta. Nessuno ancora in Italia ne parlava. Lei aveva visto lontano. Lei è Maria Grazia Mattei. Critica d'arte e da sempre proiettata verso l'innovazione. Aveva avuto l'intuizione giusta, aveva capito che qualcosa di nuovo stava nascendo. Video art, computer grafica, mondo del cinema, realtà virtuale, sono i campi dove si muove con dimestichezza.

È la fondatrice di Meet The Media Guru (2005), la piattaforma di incontri sulla cultura digitale. «Ho fatto tesoro dell'esperienza fatta, ora è giunto il momento di lanciare qualcosa di diverso, che dia meno accento all'aspetto tecnologico e più valore a quello culturale» spiega con entusiasmo Maria Grazia. Quello che lei

Il padre di Toy Story

Maria Grazia Mattei negli anni ha portato in Italia grandi personaggi come Lasseter

chiama semplicemente «qualcosa» in realtà è un grande progetto: si tratta del primo centro internazionale per la cultura digitale che aprirà a Milano (la sede potrebbe essere l'ex cinema Oberdan, ma nulla è trapelato ufficialmente) sostenuto da Fondazione Cariplo, la principale fondazione bancaria in Italia da sempre impegnata nel sociale e nella cultura. Un lavoro che la Fondazione e Mattei hanno maturato negli ultimi due anni. «Sul digitale ci sono tante iniziative, quello che ancora manca è un'attenzione costante e continua sul tema. Ed è quello che faremo» spiega.

Che cosa succederà veramente nel nuovo centro per la cultura digitale è ancora tutto da scoprire, Maria Grazia è restia a parlarne, ci saranno mo-



John Lasseter, il padre di Toy Story e grande creativo della Pixar che Meet portò in Italia con una mostra al Pac di Milano

menti di confronto, pensieri, idee e riflessioni sul mondo del digitale. D'altronde Maria Grazia in questo è una vera professionista. Ha girato il mondo, ha incontrato i guru internazionali più importanti del mondo digitale come Zygmunt Bauman, Don Norman, Edgar Morin, Manuel Castells, Lev Manovich e li ha fatti conoscere al pubblico milanese portandoli sul palco del Meet The Media Guru. Erano gli anni in cui Twitter e Facebook ancora non c'erano ma Maria Grazia Mattei voleva che il pubblico interagisse, così durante gli incontri distribuiva blackberry a tutti e poi proiettava sui muri i messaggi.

Comunicazione coinvolgente e immersiva, la chiama. E poi mostre e mostre animate, Pixar, (al Pac di Milano nel 2011) è stato un successo con oltre 200 mila visitatori. Un percorso costruito con oltre 700 opere, un vero viaggio immersivo attraverso la creatività e la cultura digitale. Il lin-

guaggio innovativo applicato all'animazione e al cinema: dal primo lungometraggio dedicato a *Luxo Jr.* (1986) ai grandi capolavori come *Toy Story* (1995), *Monster & Co* (2001), *Ratatouille* (2007), *Wall-E* (2008), fino a *Cars 2* (2011). E se in *Toy Story* Woody, cappello da cow boy e stelletta è entrato (quasi in sordina) nelle case. Lo racconta John Lasseter, il produttore cinematografico di *Toy Story* (il primo lungometraggio animato prodotto da Pixar) invi-

L'obiettivo

La missione? Meno valore all'aspetto tecnologico e più a quello culturale

tato da Maria Grazia Mattei in occasione della mostra Pixel. La circolazione delle idee e la diffusione della conoscenza con la partecipazione del pubblico, è quello che succede da tredici anni a Meet The Media Guru. «È il momento della riflessione, del salto più diffuso per alzare il livello di consapevolezza sulla cultura digitale. Più cultura significa non aver paura di innovare» afferma Mattei. Questo «momento» di cambiamento è tradotto in progetto propositivo «dove sentirsi internazionali — aggiunge Maria Grazia — un progetto diffuso che si allarga alla città e mette a disposizione di tutti la storia del digitale». E Meet The Media Guru? «Il nuovo centro culturale digitale ne è una conseguenza: integrazione, trasformazione e sviluppo». La visionaria, che già negli anni Ottanta, aveva avuto l'intuizione «giusta», continua a vedere «più lontano».

Chi sono



Comasco, 83 anni, Giuseppe Guzzetti (sopra) è presidente della Fondazione Cariplo dal 1997. Pisana, classe 1950, Maria Grazia Mattei nel 2005 ha ideato l'evento Meet the Media Guru

Smart economy



di Massimo Sideri

Le contraddizioni dei social network in Cambogia

«Nelle nostre scuole, sia private che pubbliche, non si possono studiare i Khmer Rossi né tantomeno Pol Pot» racconta Khonk Seth che vive affittando biciclette e facendo la guida per i turisti vicino ad Angkor Wat. Dopo l'invasione della Cambogia nel '78 da parte dei vietnamiti (che diedero fine almeno allo sterminio dei cambogiani da parte di Pot) furono i vincitori a pubblicare libri su quel periodo oscuro dei comunisti e del polpottismo. Ma quei libri vennero poi bloccati. Bisogna ricordare che al tempo la stampa occidentale — compresa quella italiana che copriva l'area con Tiziano Terzani — non aveva ancora preso una posizione di denuncia: il famoso articolo dello stesso Terzani *Pol Pot, tu non mi piaci* più venne pubblicato nel 1985.

Come è allora possibile parlare oggi di quel periodo in Cambogia? «Molte informazioni le troviamo su Internet e Facebook. Molto popolare qui» testimonia Khonk Seth. Come in molti Paesi asiatici qui il traffico dati è molto economico e gli smartphone arrivano a frotte dalla Cina. Anche Sokkar, che guida un tradizionale *tok tok*, conferma di usare Facebook. «Ma bisogna stare attenti — aggiunge — a cosa si condivide e cosa si posta. C'è chi ha ricevuto la visita della polizia in casa».

Dunque, come prima riflessione, bisognerebbe ricordare con onestà ciò che significa un social network come Facebook anche al di fuori del nostro mondo occidentale fatto di libertà spesso scontate. In Cambogia al potere c'è ancora oggi un ex capo dei Khmer Rossi, Hun Sen, risultato di una politica di equilibristi internazionali eccessivi. Non solo qui i ragazzi non studiano la propria storia ma Hun Sen ha da due mesi dichiarato illegale l'unico partito d'opposizione guidato da Sam Rainsy, ora in esilio. Ed è qui che compare l'altra faccia di Facebook, quella più oscura, di cui si è lamentato in questi giorni il colosso Unilever: Facebook ha cambiato in questi mesi molto sensibili per Hun Sen (nel 2018 ci saranno le, diciamo così, «elezioni») la circolazione delle notizie in Cambogia rendendo di fatto le news più complicate da raggiungere. Un caso? Si aggiunga che Hun Sen con 9 milioni di like è terzo al mondo nella classifica dei global leader più popolari. Ce n'è abbastanza per ragionare sulla complessità del ruolo che Zuckerberg e i suoi algoritmi hanno in molti Paesi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA