

GOOGLE

LA CULTURA

CULTURAL

NELL'ERA

INSTITUTE

DIGITALE





LE OPERE DA SCOPRIRE

CULTURA, ARTE E STORIA



Art Project

Il museo dei musei: oltre 600 collezioni, oltre 12.000 artisti e quasi 200.000 opere d'arte provenienti da 61 nazioni. C'è tutto l'Occidente (l'Italia, dopo gli Stati Uniti, è il paese più rappresentato), ma anche l'area Asia-Pacifico è presente in maniera consistente. Un grande progetto collaterale è dedicato alla Street Art.



Momenti storici

La possibilità di esplorare, in oltre 550 esposizioni online, una mole sterminata di materiale (soltanto l'archivio di Life ha oltre 4 milioni di foto), video e documenti, momenti e personaggi della storia, dall'antichità ai nostri giorni. La sezione collabora con molti archivi pubblici e con le più importanti fondazioni.



OVUNQUE

I MOMENTI E I PERSONAGGI CHE HANNO FATTO LA STORIA

PER TUTTI

A PORTATA DI CLIC

Il **Google Cultural Institute** nasce nel 2011 per rendere accessibile il patrimonio culturale dell'umanità, lavorando in collaborazione con istituzioni culturali.

Il Google Cultural Institute non ha fini di lucro e mette gratuitamente a disposizione di musei, archivi e fondazioni la tecnologia necessaria per digitalizzare opere d'arte, documenti e siti e per renderli visibili in Rete. La scelta del materiale viene fatta dalle istituzioni culturali. Dal 2011, nelle tre aree d'intervento (Art Project, Momenti storici e World Wonders) sono stati coinvolti oltre **sessanta Paesi**, messe online più di **6 milioni di immagini**.

• **Art Project** offre oggi i più importanti musei del mondo, con centinaia di migliaia di opere e quasi 50 mila gallerie virtuali create dagli utenti. Volete visitare il MoMA o il Museo Van Gogh, la reggia di Versailles o l'Hermitage, il Reina Sofia o la Tate Britain? Li trovate. Per l'Italia, sono presenti 47 istituzioni: dagli Uffizi ai Musei Capitolini, dalla Biennale di Venezia al MAXXI, dalla Fondazione Torino Musei al Mart.

• **Momenti storici**, con milioni di materiali. Il Bolshoi e il Risorgimento, le due guerre mondiali e la Shoah, gli archivi di Nelson Mandela e quelli americani, tedeschi e polacchi, le collezioni fotografiche della rivista *Life* e di Getty Images. L'Italia è presente fra l'altro con l'Istituto Luce Cinecittà, il Vitto-

riale, gli Archivi Alinari, e con la straordinaria sezione Made in Italy: 168 mostre virtuali su altrettante eccellenze nel campo del cibo e dell'artigianato.

• **World Wonders**. I siti monumentali, ma anche le bellezze naturali, patrimonio dell'umanità, in collaborazione con l'Unesco. La barriera corallina e Angkor Wat, l'antica Kyoto e il Taj Mahal, le cattedrali gotiche, le regge e i castelli, le rive della Senna e i picchi innevati delle Alpi, persino la capanna di Scott in Antartide. E, in Italia, Firenze e Siena, Ferrara e Urbino, Pisa e Roma, Pompei e i nuraghi, l'Etna e le Cinque Terre, la Costiera Amalfitana e i trulli, Castel del Monte e la Val di Noto. E molto altro.



World Wonders

L'incanto e la meraviglia: luoghi e paesaggi, monumenti di ieri e di oggi. I siti dichiarati patrimonio dell'umanità dall'Unesco, sparsi nei cinque continenti e presenti in questa sezione, sono 193. Ben 559 i tour virtuali disponibili per tutti gli utenti utilizzando la tecnologia street view. L'Italia è ben rappresentata, con oltre 20 tour virtuali.



I MONUMENTI E I LUOGHI CHE SONO DIVENTATI PATRIMONIO DELL'UMANITÀ



1 — Obey-Shepard Fairey, *Murale* dall'esposizione alla *Magda Danysz Gallery*, Museum of Street Art

2 — Simone Martini, *Madonna con bambino* (terzo decennio del XIV secolo), Fondazione Musei Senesi

3 — Nelson Mandela firma la "Bibbia del Presidente" 10 maggio 1994, Nelson Mandela Foundation's Centre of Memory

4 — Svetlana Savitskaya, *Museum of Cosmonautics*, Mosca

5 — Piramidi di Giza, Eliot Elisofon, *Life Photo Collection*

6 — Monastero della Trinità di San Sergio, Sergiev Posad, Russia

GOOGLE CULTURAL INSTITUTE

LA TECNOLOGIA COME STRUMENTO DEMOCRATICO DI DIVULGAZIONE DELLA CULTURA. AMIT SOOD SPIEGA COME È NATA LA PIATTAFORMA GOOGLE E QUALI SONO GLI OBIETTIVI FUTURI

«Nel 1964, nel Palais Garnier di Parigi, Marc Chagall portava a termine un dipinto straordinario con scene tratte dalle opere di vari compositori, spaziando da Modest Mussorgsky a Mozart. Sfortunatamente per gli amanti dell'arte, era difficile poterlo ammirare adeguatamente, poiché si trova sul soffitto, a 18 metri d'altezza» racconta Amit Sood, Direttore del Google Cultural Institute. «Ora però, grazie a internet, tutto il mondo può ammirare nel dettaglio questo capolavoro. **Google ha infatti digitalizzato l'opera di Chagall, come quelle di tanti altri artisti**, consentendo di ingrandire particolari che prima rimanevano nascosti, dalla consistenza delle pennellate all'irruenza della sua firma.

Dalla sede del Cultural Institute, **i nostri ingegneri hanno creato una piattaforma dove i musei possono condividere le loro collezioni**, mostrando i dipinti (con uno straordinario livello di dettaglio) a un pubblico internazionale. Per le istituzioni culturali di ogni parte del mondo, si aprono ora nuove interessanti opportunità di crescita in termini di influenza e impatto.

Solo in Italia vi sono più di 80 tra musei, istituzioni, fondazioni, enti culturali dislocati in tutto il Paese che hanno inaugurato mostre, reso disponibili archivi o ancora condiviso collezioni attraverso il Cultural Institute. Non solo. Attraverso **World Wonders** portiamo sul web **luoghi chiave del patrimonio storico e culturale mondiale** attraverso il servizio di esplorazione virtuale di Street View e altre tecnologie di Google. O ancora attraverso **Momenti Storici** contribuiamo a diffondere sul web la conoscenza di temi importanti e di specifici momenti della storia passata grazie alla fruttuosa collaborazione con partner internazionali. A partire dalla Fondazione Nelson Mandela e dall'Archivio Yad Vashem, che hanno reso accessibili online migliaia di documenti, si è

giunti al lancio di centinaia di **mostre online che raccontano alcuni degli accadimenti storici che hanno segnato il XX secolo**, da diversi punti di vista. Tra questi l'Olocausto, l'Apartheid, la fine della Cortina di Ferro o ad esempio **il periodo della Dolce Vita, che ha caratterizzato l'Italia tra gli anni '50 e '60**. Ancora una volta, tutto questo non sarebbe stato possibile senza la collaborazione con le istituzioni culturali che hanno aderito al progetto. Chiunque oggi abbia una connessione a Internet può esplorare questi preziosi tesori culturali ovunque e su qualunque dispositivo.

In Italia abbiamo anche realizzato per la prima volta **una piattaforma tutta dedicata a far conoscere le eccellenze produttive che contraddistinguono il Made in Italy**. Su google.it/madeinitaly è possibile scoprire, attraverso oltre 160 mostre digitali, fatte di racconti, immagini, video e documenti storici, forniti da Unioncamere e dal Ministero delle Politiche Alimentari, Agricole e Forestali, le eccellenze del sistema agroalimentare e dell'artigianato italiano, la loro storia e il loro legame con il territorio. **Più di 160 storie da scorrere online** per conoscere e vivere da vicino il Made in Italy: dai prodotti più famosi, quali Parmigiano Reggiano o Grana Padano, Prosciutto di San Daniele o di Parma, o ancora il vetro di Murano, fino a eccellenze meno note quali per esempio la fisarmonica di Vercelli, il merletto di Ascoli Piceno o la carota novella di Ispica.

Nel mondo sono oltre **800 i partner provenienti da più di 60 Paesi diversi, che hanno già messo online oltre 6,4 milioni di oggetti e manufatti**. Gli appassionati d'arte e di cultura di tutto il mondo stanno manifestando il proprio apprezzamento: tra giugno 2013 e giugno 2014, **il Google Cultural Institute ha registrato più di 19 milioni di visitatori**, con un totale di 200 milioni di visualizzazioni in solo un anno.

A dispetto dei timori di chi vedeva Internet come una minaccia per musei e biblioteche, la rivoluzione digitale sta rinnovando l'interesse per le loro collezioni, attraendo nuovi visitatori. **Internet sta anzi migliorando l'esperienza dei visitatori persino nei musei fisici**, i quali non devono più investire centinaia di migliaia di dollari in ingombranti registratori per tour audioguidati. Per esempio, ad Anversa (Belgio), nella casa di Rubens, è sufficiente puntare il cellulare verso un dipinto per identificarlo e scoprirne la storia.

I musei possono dunque arricchire le mostre fisiche



Amit Sood
Direttore del Google Cultural Institute

Google
CULTURAL
INSTITUTE



1 — Vincent Van Gogh, *La notte stellata*, 1889, MoMA

2 — *Sopravvivere all'Olocausto: la storia di Yaakov Hollander*, 2008, Yad Vashem

3 — Street View al lavoro al Teatro Bolshoi di Mosca

4 — Art Talk: *The Significance of Crafts in the 21st century*, 2015



offrendo un'esperienza digitale. Quando il Musée d'Orsay di Parigi stava preparando una mostra su Van Gogh, si rese conto che la tela *Campo di grano con volo di corvi* era troppo fragile per essere spostata dal Van Gogh Museum di Amsterdam. Così, abbiamo lavorato insieme a loro per sostituire il dipinto con un'immagine digitale, che è poi diventata una delle opere più apprezzate della mostra.

Oltre a suscitare un rinnovato interesse per l'arte e la cultura, le collezioni digitalizzate **consentono a musei relativamente meno noti di piccole città di contendersi il pubblico internazionale** con i concorrenti delle grandi metropoli. Tali collezioni permettono inoltre a chiunque di diventare curatore: **circa 500.000 amanti dell'arte hanno utilizzato il Google Cultural Institute per creare la propria galleria**.

I musei più innovativi stanno cogliendo positivamente le opportunità che arrivano dal digitale coinvolgendo gli utenti, ad esempio in **video conversazioni online con i curatori delle mostre, come avviene negli Hangout di Art Talks su YouTube e Google+**, in collaborazione con altre istituzioni, come il sodalizio stretto tra il Museo Bagatti Valsecchi e il Museo dell'Innocenza di Istanbul, curato dal premio Nobel Orhan Pamuk.

Da questi esempi emerge chiaramente che Internet non rappresenta più soltanto uno strumento di seconda importanza a supporto del fondamentale ruolo culturale dei musei; è piuttosto una forza dirompente che li aiuta ad aumentare il proprio potenziale, conferendo maggior valore alle loro mostre. **Ci auguriamo di rafforzare le nostre partnership con i musei che vedono nel digitale un impulso essenziale per compiere la propria missione: fornire istruzione e ispirazione sull'arte e sulla cultura alle persone di tutto il mondo.**

- 1 — *Emilio Vedova, Venezia Studio*, di Aurelio Amendola, 1987, Fondazione per l'Arte Moderna e Contemporanea CRT
- 2 — *Untitled, Lady Aiko*, 2014, Street Art Rome
- 3 — *Ritratto di Anita e Giuseppe Garibaldi*, Anonimo, 1850, Museo Centrale del Risorgimento, Roma
- 4 — *Limoni di Sorrento*, Consorzio di Tutela Limone di Sorrento e MiPAAF
- 5 — *Liuteria Cremonese*, Consorzio Liutai "Antonio Stradivari" Cremona e Unioncamere



LA BELLEZZA ITALIANA SU INTERNET

GOOGLE È SEMPRE PIÙ IMPEGNATA A DIALOGARE CON LE CULTURE LOCALI, A PROTEGGERLE E VALORIZZARLE. PER L'ITALIA È UN'OCCASIONE CHE PORTA VANTAGGI ANCHE AL TURISMO E ALL'ECONOMIA

«Un'azienda come Google, che ha dimensioni globali e incide su varie economie, non può più operare senza sviluppare forti radici locali. Noi oggi dobbiamo capire bene le nazioni in cui operiamo, **impregnarci della loro cultura**, perché questo migliora la nostra attività, crea rapporti collaborativi e ha una ricaduta positiva sulle economie nazionali». Parola di **Carlo D'Asaro Biondo**, presidente delle relazioni strategiche di Google in Europa, Medio Oriente e Africa. «Faccio un esempio fra i mille che si potrebbero fare. Ogni grande protagonista del made in Italy è un marchio fondamentale per il Paese, e al tempo stesso trae la sua forza dall'essere italiano. Il **marchio Italia**, se posso semplificare, è cultura millenaria, **bellezza** incomparabile dei paesaggi, **unicità del patrimonio artistico** ed eccellenza di una secolare **sapienza artigianale**. Se noi rendiamo accessibili queste caratteristiche del marchio Italia in tutto il mondo, anche i protagonisti del made in Italy ne beneficeranno». Diventare un motore di crescita e di sviluppo per le realtà locali, dialogare con tutti e **valorizzare le culture nazionali**, sviluppare un approccio più teso all'ascolto degli interlocutori, più olistico, è quello su cui Google sta lavorando.

«Oggi Internet è ancora molto anglo-americano nei contenuti, e dal canto nostro vogliamo fare in modo che i contenuti italiani, francesi, tedeschi, come del resto quelli di tutto il mondo, siano presenti e ben visibili. Perché **le culture locali sono un volano per il turismo**

e per la crescita, e viceversa il digitale può essere un abilitatore importante».

All'Italia uno strumento combinatorio e innovativo come Internet è congeniale. «Si parla giustamente di **innovazione collaborativa**, ma se pensiamo alla bottega rinascimentale, che cos'era in definitiva se non questo? E se parliamo di combinare i diversi saperi e talenti in un'unica sintesi, abbiamo precedenti luminosi proprio qui in Italia: **Leonardo da Vinci** era pittore, architetto, ingegnere, progettista e inventore, scienziato, anatomista, scrittore, musicista e tanto altro: genio tout court, e genio combinatorio, è il caso di aggiungere. L'eredità italiana è fondamentale anche per il suo futuro».

Ma l'Italia ha anche una vivacità e un prestigio culturale di oggi da esportare. «Abbiamo sviluppato una collaborazione importante con la **Biennale di Venezia**, che ha 120 anni di storia ed è un'istituzione che il mondo invidia all'Italia, alla quale riconosce una primazia nel campo dell'arte e dell'architettura. Per non parlare poi della più antica mostra cinematografica del mondo e di attività di tutto rilievo nel teatro, nella musica contemporanea e nella danza. Ecco, questo è un pezzo considerevole di mondo che si ritrova a Venezia, che si riconosce nella Biennale. Noi, in accordo con loro, abbiamo cominciato a rendere accessibili parti del loro straordinario archivio. E proprio negli ultimi mesi abbiamo lavorato per mettere sulla piattaforma del Cultural Institute le opere della Biennale Arte 2015». Archivio,

memoria del mondo: il **Google Cultural Institute** si occupa anche di questo. «Siamo attivi nel campo della storia e contribuiamo, collaborando anche con l'Unesco, a valorizzare i patrimoni dell'umanità. Per la storia, basta vedere il lavoro che abbiamo fatto sulle due guerre mondiali, sulla Shoah, su figure come Gandhi, Lincoln e Mandela».

C'è anche l'Italia, con una documentazione di tutto rispetto e con il grande progetto tematico **Made in Italy**, sviluppato assieme a Unioncamere e al Ministero per le Politiche Agricole Alimentari e Forestali. E l'Italia c'è, più che mai, **nei monumenti, nelle città d'arte e nei paesaggi**».

Un tempo l'arte online suscitava diffidenza, oggi questo muro è caduto. «Sì, ancora qualche anno fa l'obiezione più frequente era: se metto i quadri online poi la gente non viene a vedere il museo, e io avevo buon gioco a ricordare che il quadro più cliccato, la **Notte stellata** di Van Gogh, è anche tra quelli che attraggono il maggior numero di visitatori. Adesso si è capito che possiamo essere uno **straordinario volano**, e noi facciamo volentieri la nostra parte. Abbiamo sviluppato tecnologie come lo Street View e le immagini riprese ad altissima risoluzione, le nostre piattaforme portano traffico e visitatori ai musei. **Noi scommettiamo su questo, e anche l'Italia deve continuare a scommetterci**, perché la sua bellezza, la cultura, l'arte, la passione, lo stile e la gioia di vivere del nostro Paese sono il suo più importante biglietto da visita».



Carlo D'Asaro Biondo

Presidente delle relazioni strategiche di Google EMEA



2



3



4



Laurent Gaveau
direttore del Lab di Parigi



7

- 1/2 Il muro digitale interattivo
- 3/6 Momenti di lavoro al Lab di Parigi
- 7 Sperimentazione del muro interattivo, con un quadro di Van Gogh, al Musée d'Orsay



5



6

IL LAB DELLE MERAVIGLIE A PARIGI, IL GOOGLE CULTURAL INSTITUTE HA CREATO UN LABORATORIO CHE PERMETTE L'INCONTRO FRA TECNOLOGI E CREATIVI. IL MURO DIGITALE INTERATTIVO E LA REALTÀ VIRTUALE DI CARDBOARD SONO STATI PROGETTATI QUI

«Al Google Cultural Institute abbiamo una certezza: **quando l'arte e la tecnologia si incontrano, accadono cose incredibili**. Dal 2011 abbiamo aiutato centinaia di partner culturali a condividere le loro collezioni online e a raggiungere nuovi pubblici in tutto il mondo. Ora, il nuovo obiettivo di coniugare arte e tecnologia assume una nuova dimensione». A Parigi, Laurent Gaveau guida il **Lab, il campus creativo e sperimentale del Google Cultural Institute**. «È un luogo d'incontro concepito perché le community del settore culturale e delle nuove tecnologie possano discutere, condividere, sperimentare e creare. Accogliamo esperti, direttori e conservatori di musei, artisti e insegnanti, perché ci aiutino a costruire nuovi ponti fra la tecnologia e la cultura. Quando ci si apre a nuove collaborazioni, i risultati pos-

sono essere sorprendenti». Così, quando al Lab si sono chiesti come arricchire la classica visita al museo, è nato il **muro digitale interattivo**, che è stato sperimentato al Musée d'Orsay, allestendo una gigantesca parete con il *Campo di grano con volo di corvi* di Van Gogh. Laurent Gaveau prosegue: «Poi ci siamo chiesti se era possibile realizzare un sogno: visitare posti straordinari, avendo la sensazione di essere proprio lì, ma senza muoversi di casa. Così abbiamo creato Cardboard: utilizzando la tecnologia di punta della realtà virtuale, con un cartoncino e uno smartphone, chiunque può passeggiare nei saloni di una reggia o volare sopra una metropoli». Al Lab parigino le collezioni del Google Cultural Institute – opere d'arte, momenti storici o monumenti patrimonio dell'umanità – possono essere esplorate in

un contesto fisico. «Ma prima di tutto, insisto, il Lab è il posto giusto per **mettere a contatto tecnologi e mondo della cultura** e dare vita a nuove idee». Possono essere forme alternative e sorprendenti di **visualizzazione dei dati**, un ciclo di incontri e performance sul **ruolo delle donne nell'arte e nella tecnologia**, l'innovativo programma in collaborazione con **89plus che ospita per dieci settimane giovani artisti** (si accettano solo i nati dopo il 1989) e permette loro di avvalersi della tecnologia e degli ingegneri del Lab per le loro creazioni. «Questi nuovi tipi di innovazione prendono forma quando poniamo le domande giuste ai nostri partner e a noi stessi. Perciò, al Lab, continuiamo a domandarci: come posso spingere più in alto l'asticella? La risposta, ne siamo certi, ci sorprenderà ancora una volta».

Art camera

È la sofisticatissima macchina fotografica che si usa per ottenere immagini ad altissima risoluzione. Facile da usare, sempre più veloce, in meno di un'ora riprende un'opera d'arte.



Street View

La tecnologia incorporata a Google Maps è stata perfezionata e resa più duttile per consentire un tour virtuale all'interno e all'esterno di musei e monumenti. Allo street view si accompagnano mappe e informazioni, i particolari che si vogliono evidenziare possono essere ingranditi.

Zoom ad altissima definizione

Offre un ingrandimento straordinario delle immagini, consentendo di mettere a fuoco dettagli, o particolari della tecnica artistica, spesso difficili da cogliere a occhio nudo.



Pubblicazione e organizzazione

Tecnologie facili, a disposizione di tutti i partner. Per organizzare il materiale e incorporare immagini, testi e video in una narrazione coerente. E per consentire la pubblicazione dei contenuti ospitati dal Google Cultural Institute sul proprio sito e su altre piattaforme.



Cardboard e App per dispositivi mobili

Cardboard, che ospita uno smartphone, consente un'immersione a 360° gradi nella realtà virtuale e tour appaganti tra le stanze di Versailles o sui cieli di New York. Le app per dispositivi mobili, da scaricare, consentono sia di avere una guida attendibile, sia di condividere anche sul mobile la narrazione già impostata su tutte le altre piattaforme.

TUTTI GLI STRUMENTI

AI PARTNER CULTURALI GOOGLE OFFRE LE TECNOLOGIE NECESSARIE PER DIGITALIZZARE, ORGANIZZARE, GESTIRE E PUBBLICARE I LORO CONTENUTI. GRATIS E IN PIENA AUTONOMIA

PER CONDIVIDERE LA CULTURA

Il Google Cultural Institute è una piattaforma gratuita. I musei, le gallerie, le fondazioni, gli enti culturali pubblici e privati senza fini di lucro che desiderano mettere online le loro collezioni, la loro attività o i loro monumenti possono scrivere a **g.co/cisignup**. Il team di Google si metterà rapidamente in contatto con loro. Perfezionata l'adesione, queste sono le tecnologie che il Google Cultural Institute mette a disposizione dei partner.

● **Digitalizzazione** Ripresa delle opere d'arte in altissima risoluzione con l'Art Camera. Le immagini possono essere presentate in collezioni statiche o, anche, all'interno di visite virtuali ai luoghi. Per tutte le immagini è previsto lo zoom in altissima definizione, che consente una straordinaria messa a fuoco dei dettagli più minuti.

● **Organizzazione** Collection Management System consente, con l'aiuto di Google, di con-

trollare e gestire la propria collezione online. Scelti i contenuti, i partner del Google Cultural Institute possono disporre di uno spazio illimitato per immettere i materiali, e di tecnologie sofisticate per gestire l'editing, le immagini e gli strumenti di ricerca e di filtro. Anche lo "storytelling" può essere organizzato con strumenti digitali che vanno dallo zoom ai video, dalle mappe alle schede. I partner di Google possono, inoltre, creare e gestire mostre virtuali, pensate apposta per gli utenti online.

● **Pubblicazione** Il materiale ospitato nei tre settori del Google Cultural Institute (Art Project, Momenti storici, World Wonders) può essere gestito, utilizzando la tecnologia Google, su altre piattaforme. Può essere incorporato al sito istituzionale dei partner, condiviso attraverso

una mobile app (molti musei italiani già lo fanno), diventare una nuova scheda su Google Chrome con l'estensione Art Project Tab, approdare in tv con Chromecast Backdrop, sponsorarsi con la realtà virtuale per tour di incredibile realismo con Google Cardboard.

● **Attività social e interattività** E gli utenti? Oltre ad avere a disposizione, con un clic, un incredibile patrimonio culturale, possono usarlo in maniera interattiva. Per esempio creando gallerie personalizzate, mettendo a confronto opere dello stesso autore o di periodi storici diversi, e condividendo le loro collezioni attraverso i social network (Google+, Facebook, Twitter e altri). Questi strumenti di divulgazione possono essere usati, e molto spesso lo sono, anche dalle istituzioni.

LA RIVOLUZIONE ART PROJECT

UNO STRUMENTO STRAORDINARIO ANCHE PER GLI INSEGNANTI E GLI STUDIOSI.
PER LA DIDATTICA, LE RICERCHE E LA TUTELA DEL PATRIMONIO.

COME RACCONTA UN GRANDE ESPERTO E CRITICO D'ARTE, IL PROFESSOR GUIDO CURTO,
DELL'ACCADEMIA ALBERTINA DELLA BELLE ARTI DI TORINO



Sandro Botticelli. *La nascita di Venere*, 1483-1485, Galleria degli Uffizi, Firenze



Nel 1997 ero stato appena nominato professore titolare di Storia dell'Arte all'Accademia di Belle Arti di Palermo e, volendo far conoscere ai miei studenti gli Young British Artists, ero costretto a fotografare pagine e pagine del catalogo di *Sensation*, la grande mostra che aveva portato gli YBA alla ribalta, per ottenere diapositive a colori da proiettare in aula. Diciott'anni fa tutti i docenti di storia dell'arte facevano lezione preparando, faticosamente, lunghi caricatori fitti di diapositive o montando slide sui Kodak carousel circolari. In pochi anni tutto è cambiato. Le immagini oggi possono essere facilmente scannerizzate o scaricate direttamente via Internet, e poi montate in ragionate sequenze sul computer e da qui videoproiettate.

Ma la vera, grande rivoluzione di questi ultimi anni è stato l'Art Project del Google Cultural Institute che ha consentito ai docenti e agli studenti di entrare virtualmente in centinaia di musei d'ogni parte del mondo per vedere una ad una le opere esposte nelle sale, penetrando negli ambiti più reconditi della collezione permanente e a volte persino negli archivi.

L'Art Project consente ai docenti di aggiornarsi, di documentarsi sulle collezioni, sulle singole opere e sugli artisti, grazie ad apposite funzioni previste nel bel sito Internet del Google Cultural Institute, che permettono di fare confronti abitualmente difficili, o quasi impossibili; anche avvalendosi della funzione **zoom ad altissima risoluzione** che consente di vedere in dettaglio alcuni grandi capolavori. Grazie a questa lettura quasi microscopica è possibile fare studi analitici e preparare lezioni più accattivanti per gli studenti, attuando indagini prima assai difficili e dai costi assai elevati.

Offrendo tutte queste possibilità l'Art Project si colloca, di fatto, sulla linea metodologica del prestigioso Warburg and Courtauld Institute; quello creato da Aby

Warburg e Franz Saxl, che prima ad Amburgo, in Germania, nel 1921, e poi a Londra dal 1933, dopo l'avvento del nazismo, ha raccolto un patrimonio straordinario di fotografie di opere d'arte. Perché tutti gli storici dell'arte, ma in particolare i cosiddetti conoscitori, prima ancora che direttamente sulle opere, lavorano nelle fototeche confrontando le riproduzioni: e più ce ne sono meglio è.

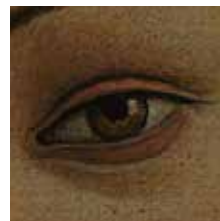
Proprio da questa linea metodologica incentrata sui confronti analitici tra opere d'arte è nata la *connoisseurship*, la capacità di attribuire le opere a un artista ben preciso, e subito dopo anche l'Iconologia: il metodo di studio teorizzato da Erwin Panofsky, improntato alla ricerca del significato profondo, metaforico e simbolico delle opere d'arte. Significato che si raggiunge proprio mettendo a confronto opere diverse, spesso lontane tra loro nello spazio e nel tempo.

Per tutto questo l'Art Project è uno strumento di un'utilità unica e straordinaria, che facilita e rende più veloci ricerche e indagini a tutto campo, permettendo persino l'accesso ad archivi prestigiosi come quello della **Biennale di Venezia**. Infine, l'Art Project ha un occhio di riguardo per il patrimonio artistico italiano. Diventando così anche uno strumento di tutela, perché le opere d'arte ampiamente documentate sono molto più difficili da vendere nel malaugurato caso in cui fossero trafugate.

Altissima Risoluzione

La ripresa fotografica ad altissima risoluzione permette di scoprire dettagli impercettibili

- 20 musei italiani hanno almeno un'opera ad altissima risoluzione
- Altri capolavori italiani si trovano nei musei stranieri
- 164 capolavori sono ad altissima risoluzione



Guido Curto

professore di Storia dell'arte all'Accademia Albertina delle Belle Arti di Torino

MAXXI ARTE E TECNOLOGIA INSIEME PER ESPLORARE LA CREATIVITÀ:
 PER UN PUBBLICO CHE NON STA CONFINATO IN UN POSTO.
 E PER UN NUOVO MONDO ANCORA IN FASE DI DEFINIZIONE



“ Il Google Cultural Institute è il prototipo di uno spazio comune nel tempo della tecnologia globale. Il nostro museo si pone le stesse sfide ”

Il MAXXI di Roma, attivo dal 2010 nell'edificio progettato da Zaha Hadid, è il "Museo nazionale delle Arti del XXI secolo". E vuole essere più di un museo: «Una piattaforma aperta a tutti i linguaggi della creatività e un luogo d'incontro, di scambi e di collaborazioni, uno spazio aperto a tutti». Molti linguaggi, punti di vista molteplici: mostre d'arte, architettura, design e fotografia. Ma anche progetti di moda, cinema e musica, performance di teatro e danza, lecture e incontri. Inevitabile, per un luogo culturale della contemporaneità, la sintonia con il Google Cultural Institute: all'interno dell'Art Project, il MAXXI offre la visita guidata con Street View, 56 opere di 25 artisti con, in bella evidenza a fare da "ambasciatore" del museo, la *Mapa* di Alighiero Boetti. Per il direttore artistico del MAXXI, Hou Hanru, «il rapporto fra arte e tecnologia è uno dei temi chiave del nostro tempo, ed entrambe si collegano al grande tema della creatività. Oggi la tecnologia non ha a che vedere soltanto con il miglioramento delle condizioni materiali di vita e con la comunicazione, a cui pure contribuisce, ma anche con la sperimentazione come mezzo per comprendere e ridefinire se stessi. È lo stesso principio che guida tutte le arti, fin dagli albori: l'artista ha

sempre cercato di fornire una nuova prospettiva, un nuovo punto di vista da cui guardare noi stessi, la nostra vita e la nostra identità. Insomma, la tecnologia non è soltanto una questione di tecnica, ma un modo di pensare e immaginare. E il programma del MAXXI si integra molto bene nel dibattito sulla tecnologia che progredisce: la **collaborazione tra il nostro museo e il Google Cultural Institute è un matrimonio naturale, un'avventura condivisa per esplorare un mondo nuovo che è in fase di definizione**. Google Cultural Institute come piattaforma di dialogo e di conversazione. Hou Hanru lo definisce così: «Un luogo di esperienza e incontro, il prototipo di uno spazio comune nel tempo della tecnologia globale. La stessa sfida che si pone il nostro museo». Salvaguardando l'esperienza fisica e personale dell'incontro con l'arte, l'esperienza con Art Project offre al museo romano «la possibilità di avere un pubblico globale che non sia confinato in un posto». Il MAXXI ha già trasferito la piattaforma dell'Art Project sul proprio sito istituzionale e presto potrebbe pensare a mostre virtuali. «Le mostre digitali», dice Hou Hanru, «sono una buona opportunità per ripensare, in maniera più inventiva, il senso delle mostre tradizionali».



Nelle foto: particolare della *Mapa* di Alighiero Boetti; una sala del MAXXI; il direttore artistico Hou Hanru

ISTITUTO STORICO DELLA RESISTENZA IN TOSCANA UNA REALTÀ LOCALE CHE DIALOGA CON IL MONDO.
 GRAZIE A UNA MOSTRA VIRTUALE CHE RACCONTA GLI ITALIANI
 ARRUOLATI NEGLI ESERCITI STRANIERI IN GUERRA CONTRO IL NAZISMO

L'Istituto Storico della Resistenza in Toscana ha sede a Firenze. Studia la storia contemporanea, con particolare riguardo al periodo del fascismo e della seconda guerra mondiale. Attivo anche nel campo della didattica 2.0, è un esempio virtuoso di realtà locale che, grazie all'apertura ai nuovi strumenti tecnologici, riesce a dialogare con il mondo. È avvenuto con una ricerca che, all'inizio, doveva essere una banca dati sui toscani nel mondo che avevano preso parte alla guerra e, su impulso dei ricercatori e dei dirigenti dell'Istituto, è presto diventata una suggestiva mostra virtuale, *L'etnicità in guerra*, ospitata nella sezione Momenti storici del Google Cultural Institute e dedicata di fatto a tutti i combattenti di origine italiana. «La ricerca ci era stata commissionata dalla Regione Toscana e dalla Consulta dei toscani nel mondo», spiega Simone Neri Serneri, ordinario di storia contemporanea all'università di Siena e presidente dell'Istituto. «Assieme ai ricercatori abbiamo convenuto che, oltre ai dati e alle schede su ogni singolo soldato che aveva combattuto negli eserciti americani, canadesi, brasiliani, australiani e così via – schede consultabili nel portale www.toscananovecento.it

it – c'era una ricca messe di materiale documentario e iconografico che poteva raggiungere un pubblico più vasto. Così abbiamo preso contatti con il Google Cultural Institute, che ha accettato la nostra proposta, ci ha aiutato ad allestire la mostra virtuale e l'ha messa online nella sua piattaforma nel 2015». Il risultato è stato più che positivo. Lo spiega Matteo Mazzoni, dottore di ricerca in storia moderna e contemporanea e direttore dell'Istituto. «Oltre alle congratulazioni dei nostri committenti, ci sono arrivate mail di apprezzamento e segnalazioni di nuovi dati dagli Stati Uniti, dal Canada, dal Brasile, dal Lussemburgo e dall'Italia. Siamo riusciti a raggiungere in tutto il mondo i figli dei toscani che hanno combattuto negli eserciti alleati contro il nazismo. Con la comunità brasiliana di Firenze abbiamo deciso una nuova iniziativa, per studiare e ricordare la presenza dei soldati brasiliani in Italia». Bilancio positivo, dunque. «Sì, la piattaforma Google è uno strumento prezioso per valorizzare i patrimoni documentari, parla ai nativi digitali e consente, con nuovi mezzi, di accrescere le conoscenze del passato e di suscitare riflessioni e analisi sulla complessità del presente. Siamo già pensando a nuove mostre da realizzare con il Cultural Institute».



“ Il Google Cultural Institute è uno strumento prezioso per accrescere la conoscenza del passato e suscitare riflessioni e analisi sul presente ”



Nelle foto: lo screenshot iniziale della mostra virtuale *L'etnicità in guerra* e uno dei suoi 95 elementi; Simone Neri Serneri, presidente dell'Istituto Storico della Resistenza in Toscana, e Matteo Mazzoni, dottore di ricerca in storia moderna e contemporanea e direttore dell'Istituto

LA BIENNALE DI VENEZIA

COMINCIATA COME UN ESPERIMENTO CON LA DIGITALIZZAZIONE DELLA MOSTRA DEL 1999, LA COLLABORAZIONE CON IL GOOGLE CULTURAL INSTITUTE PROSEGUE. E SI ARRICCHISCE ADESSO CON LA CONDIVISIONE DELLA MOSTRA DEL 2015



“ Usare tecnologie che consentano di raggiungere un auditorio più ampio è essenziale. Per questo l'accordo con Google potrà avere sviluppi futuri ancora imprevedibili ”

La Biennale di Venezia, che compie 120 anni, è il grande ambasciatore della cultura italiana nel mondo e, al tempo stesso, il luogo di incontro, selezione e valorizzazione privilegiato della cultura mondiale. Al lungo cammino nel campo delle arti contemporanee, cominciato nel 1895 e oggi più vivace che mai, si sono aggiunti negli anni la Musica (1930), il Cinema (1932), il Teatro (1934), l'Architettura (1980) e la Danza (1999). E il 2015 ha visto un nuovo record, con 89 Paesi partecipanti alla Biennale Arte (erano 59 nel 1999). Con il Google Cultural Institute la Biennale di Venezia ha avviato una collaborazione che, avvalendosi del suo ASAC (l'Archivio Storico delle Arti Contemporanee), ha condiviso sull'Art Project l'edizione 1999 della Biennale Arte curata da Harald Szeemann, la prima a poter contare in modo stabile sugli spazi dell'Arsenale, capaci di consentire lo sviluppo di due dimensioni fondamentali: la mostra affidata al curatore nominato dalla Biennale e la presenza crescente dei padiglioni nazionali, cui si aggiungono una serie di eventi collaterali.

«La collaborazione continua, dopo questo primo esperimento, con la condizione della 56. Esposizione Internazionale d'Arte 2015, *All the World's Futures - Parliament of Forms*, curata da Okwui Enwezor» spiega il presidente della Bien-

nale, Paolo Baratta. E aggiunge: «Tra le istituzioni culturali, la Biennale ha un compito particolare, quello di ricercare e diffondere conoscenza sulle arti contemporanee. L'accesso ai risultati delle nostre ricerche, ovvero le nostre mostre nei vari campi in cui operiamo, è uno dei temi centrali della nostra esistenza. Favorirne l'accesso è certamente nostro compito precipuo. Usare tecnologie nuove che consentano di coinvolgere un auditorio più ampio sulle nuove visioni dell'arte e dell'architettura, ma anche le visioni e l'ascolto nel campo della musica piuttosto che non del cinema, è dunque per noi un passaggio essenziale. Questo accordo che realizziamo con Google è un primo esperimento molto importante, ma credo che possa avere sviluppi futuri per alcuni aspetti ancora imprevedibili. Ci lavoreremo! Ad una capacità tecnologica maggiore, faremo corrispondere anche una maggiore capacità editoriale, nel senso di sapere utilizzare meglio lo strumento tecnologico sia per nostra documentazione e sia ai fini di coloro a cui vantaggio tutto questo è destinato, ovvero il pubblico. La scommessa che noi vogliamo compiere è quella non di sostituire alla visione diretta quella virtuale o trasmessa ma, al contrario, che quest'ultima invogli maggiormente alla conoscenza diretta».

Nelle foto: due sale della Biennale Arte; Paolo Baratta, presidente della Biennale di Venezia

FONDAZIONE TORINO MUSEI

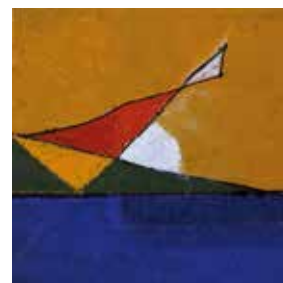
VISITE GUIDATE VIRTUALI, COLLEZIONI ONLINE, APP PER DISPOSITIVI MOBILI, OPERE D'ARTE CHE APPRODANO SUL BROWSER CHROME: TORINO È DINAMICA E SEMPRE PIÙ CONNESSA. E I VISITATORI, ANCHE ONLINE, CRESCONO

Patrizia Asproni, presidente della Fondazione Torino Musei, promuove a pieni voti la collaborazione con Google. «Nell'ambito del Google Cultural Institute, l'Art Project è per noi un esempio virtuoso di come si deve fare disseminazione culturale». I quattro musei torinesi che fanno parte della fondazione sono la GAM Galleria Civica di Arte Moderna e Contemporanea, Palazzo Madama Museo Civico di Arte Antica, il MAO Museo di Arte Orientale, e il Borgo Medievale. «In un mondo sempre più globalizzato, aderire a un progetto come quello proposto dal Google Art Project è importantissimo: significa essere presenti in un contesto mondiale. Noi che all'interno dei musei lavoriamo molto sull'audience development, teniamo a essere conosciuti, a essere disseminati e soprattutto a essere visti. Il Google Art Project ci permette un co-branding molto forte e la possibilità per i nostri musei di essere allegati a un marchio importante e molto ben conosciuto, nonché un'operazione di co-marketing culturale estremamente importante. Soprattutto nei confronti di un pubblico giovane che è abituato ad accedere ai motori di ricerca in maniera molto semplice e diretta». Dinamici e connessi, i quattro musei torinesi offro-

no tutti la visita guidata con Street View e una collezione complessiva di oltre 250 elementi. «La nostra collaborazione con il Google Cultural Institute è iniziata alla fine del 2013, il lancio ufficiale è avvenuto nel settembre 2014. Abbiamo lavorato in sinergia con le squadre degli ingegneri e dei fotografi e con chi faceva le riprese dello Street View. È stato molto emozionante, ed è stata una grande soddisfazione vedere online contemporaneamente sia le visite guidate, sia le foto in altissima risoluzione delle nostre opere». Il lavoro, a Torino, prosegue: «Per tre musei – Gam, Mao e Palazzo Madama – abbiamo sviluppato le app per i dispositivi mobili, e siamo stati fra le prime istituzioni italiane a aderire a un progetto piccolo ma molto interessante, un'estensione di Art Project per il browser di navigazione Chrome: il lettore che apre una tab trova a tutto schermo l'immagine di un'opera d'arte, e tra queste ci sono le nostre», spiega Carlotta Margarone, che nella Fondazione Torino Musei è responsabile di comunicazione, marketing e web. «Con il team del Google Cultural Institute abbiamo incontri di lavoro settimanali, stiamo ragionando su nuovi progetti, e i risultati sono confortanti: negli ultimi novanta giorni circa 21.000 utenti hanno fatto accesso a uno dei nostri musei attraverso le collezioni di Art Project».



FONDAZIONE TORINO MUSEI



“ L'Art Project è per noi che operiamo nei musei un esempio virtuoso di come si devono fare disseminazione e divulgazione culturale ”

Nelle foto: una sala di Palazzo Madama; Osvaldo Licini, *Marina* (1957); Galleria Civica di Arte Moderna; Patrizia Asproni, presidente della Fondazione Torino Musei, e Carlotta Margarone, responsabile comunicazione marketing e web

ART PROJECT

CASSINO (FROSINONE)

- CAMUSAC-MUSEO D'ARTE CONTEMPORANEA DI CASSINO

CESENA

- GALLERIA DEI DIPINTI ANTICHI DELLA FONDAZIONE E DELLA CASSA DI RISPARMIO DI CESENA

FERRARA

- MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE

FIRENZE

- GALLERIA DEGLI UFFIZI
- MUSEO DI PALAZZO VECCHIO

GALLARATE (VARESE)

- MAGA-MUSEO ARTE GALLARATE



Centrale Montemartini

GENOVA

- MUSEI DI STRADA NUOVA

GIARDINI NAXOS (MESSINA)

- EMERGENCE

MILANO

- FONDAZIONE FEDERICA GALLI
- COLLEZIONE DELLA FONDAZIONE CARIPILO
- MUSEO BAGATTI VALSECCHI
- MUSEO DIOCESANO MILANO
- MUSEO POLDI PEZZOLI

MURANO (VENEZIA)

- MUSEO DEL VETRO

REGGIO EMILIA

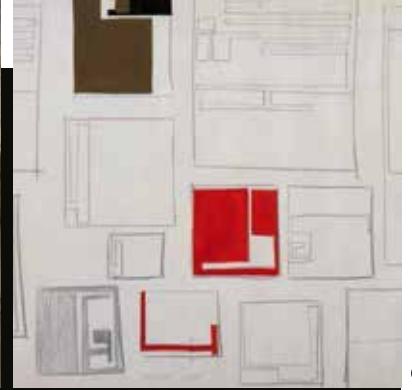
- MUSEI CIVICI

ROMA

- CASA MUSEO ALBERTO MORAVIA
- CENTRALE MONTEMARTINI
- GALLERIA D'ARTE MODERNA
- MAXXI MUSEO NAZIONALE



Marco Palmezzano, *Madonna con il bambino in trono*, 1521, Galleria dei dipinti antichi della Fondazione e della Cassa di Risparmio di Cesena



Bruno Munari, *Progetto per "Negativo-Positivo"*, 1950, MAGA - Museo Arte Gallarate

DELLE ARTI DEL XXI SECOLO

- MERCATI DI TRAIANO
- MUSEI CAPITOLINI
- MUSEI DI VILLA TORLONIA
- MUSEO CARLO BILOTTI
- MUSEO DELL'ARA PACIS
- MUSEO DELLA CIVILTÀ ROMANA
- MUSEO DELLE MURA
- MUSEO DI ROMA
- MUSEO DI ROMA IN TRASTEVERE
- MUSEO DI SCULTURA ANTICA GIOVANNI BARRACCO
- MUSEO NAPOLEONICO
- MUSEO PIETRO CANONICA
- STREET ART ROME

ROVERETO (TRENTO)

- MART, MUSEO DI ARTE MODERNA E CONTEMPORANEA

SIENA

- FONDAZIONE MUSEI SENESI

TORINO

- BORGO MEDIEVALE

-FONDAZIONE PER L'ARTE MODERNA E CONTEMPORANEA CRT

- GALLERIA CIVICA DI ARTE MODERNA E CONTEMPORANEA
- MAD-MUSEO DI ARTE ORIENTALE
- PALAZZO MADAMA MUSEO CIVICO DI ARTE ANTICA
- SAM-STREET ART MUSEUM

VENEZIA (TORINO)

- LA VENEZIA REALE

VENEZIA

- CA' PESARO-GALLERIA INTERNAZIONALE D'ARTE MODERNA
- CA' REZZONICO-MUSEO DEL SETTECENTO VENEZIANO
- LA BIENNALE DI VENEZIA-ARCHIVIO STORICO DELLE ARTI CONTEMPORANEE
- MUSEO CORRER
- PALAZZO DUCALE
- PALAZZO GRASSI
- PALAZZO MOCEENIGO



Borgo Medievale

MOMENTI STORICI

BRA (CUNEO)

- FONDAZIONE SLOW FOOD PER LA BIODIVERSITÀ-ARCA DEL GUSTO

FIRENZE

- ARCHIVI ALINARI
- ISTITUTO STORICO DELLA RESISTENZA IN TOSCANA
- MUSEO GALILEO-ISTITUTO E MUSEO DI STORIA DELLA SCIENZA
- TEATRO DELLA PERGOLA-FONDAZIONE TEATRO DELLA TOSCANA

GARDONE RIVIERA

(BRESCIA)

- VITTORIALE DEGLI ITALIANI

MILANO

- LA TRIENNALE

PIOTTELLO (MILANO)

- FONDAZIONE 3M

ROMA

- ISTITUTO LUCE CINECITTÀ
- MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E FORESTALI
- MUSEO CENTRALE DEL RISORGIMENTO
- UNIONCAMERE



Casa di Gabriele D'Annunzio, Stanza del Mappamondo, Giovanni Vanoglio, Vittoriale degli Italiani



Federico Fellini torna in Italia dopo aver vinto l'Oscar per *Otto e mezzo*, 1963, Istituto Luce Cinecittà



Piazza del Campo
Steve Allen, Getty Images

WORLD WONDERS

BASILICATA

- CHIESE RUPESTRI, MATERA

CAMPANIA

- AREA ARCHEOLOGICA DI POMPEI
- CENTRO STORICO DI NAPOLI
- COSTIERA AMALFITANA
- REGGIA DI CASERTA

EMILIA ROMAGNA

- FERRARA, CITTÀ DEL RINASCIMENTO, E DELTA DEL PO

LAZIO

- CHIOSTRO DEI SANTI QUATTRO CORONATI, ROMA
- TEMPIO DI ERCOLE, ROMA
- TEMPIO DI PORTUNO, ROMA
- VILLA ADRIANA, TIVOLI
- VILLA D'ESTE, TIVOLI

LIGURIA

- CINQUE TERRE

MARCHE

- CENTRO STORICO DI URBINO

PUGLIA

- CASTEL DEL MONTE, ANDRIA
- TRULLI DI ALBEROBELLO

SARDEGNA

- SU NURAXI, BARUMINI

SICILIA

- CITTÀ TARDO BAROCHE DELLA VAL DI NOTO
- ETNA

TOSCANA

- CENTRO STORICO DI FIRENZE
- CENTRO STORICO DI SAN GIMIGNANO
- CENTRO STORICO DI SIENA
- PIAZZA DEL DUOMO, PISA



Su Nuraxi, Dea-A. Vergani / Getty Images

MADE IN ITALY
168 MOSTRE VIRTUALI

GOOGLE CULTURAL INSTITUTE

IL GOOGLE CULTURAL INSTITUTE È UNA PIATTAFORMA GRATUITA. I MUSEI, LE GALLERIE, LE FONDAZIONI, GLI ENTI CULTURALI PUBBLICI E PRIVATI SENZA FINI DI LUCRO CHE DESIDERANO METTERE ONLINE LE LORO COLLEZIONI, LA LORO ATTIVITÀ O I LORO MONUMENTI POSSONO SCRIVERE A

G.CO/CISIGNUP

IL TEAM DI GOOGLE SI METTERÀ RAPIDAMENTE IN CONTATTO CON LORO.



