



▶ 2 Octubre, 2015

Google insiste en la cultura como imagen de marca

El director del Cultural Institute de París visita España en busca de nuevos socios

DANIELA SÁNCHEZ, Madrid
Entre exquisitos bocados, el premio Nacional de Gastronomía (y jurado del espacio televisivo *MasterChef*) Pepe Rodríguez ejerció ayer de anfitrión gastronómico para recibir al director del Google Cultural Institute de París, Amit Sood, que visitó Madrid para detallar sus nuevos proyectos. Al acto acudieron representantes de medios, empresas, organizaciones internacionales y políticos. Sood explicó que intenta acercar el arte al mundo a través de la tecnología y subrayó que quiere incrementar la presencia española en esta iniciativa.

El instituto funciona como una ONG y es parte de la iniciativa de la multinacional para asociar su marca al ámbito de la cultura. Sood explicó: "La meta es atraer cada vez a más personas hacia la cultura al volverla accesible para cualquiera, en cualquier parte del mundo".

Bajo la sombrilla del Google

Institute se encuentran tres categorías. El Art Project permite descubrir las colecciones de arte de 850 museos, archivos y fundaciones con imágenes detalladas, exposiciones y visitas virtuales. Estas se realizan con el programa Street View, que permite vistas a 360 grados de un espacio; de ahí que los usuarios puedan ver las salas de los museos cuyos espacios son a menudo, también, obras de arte.

Con un detalle asombroso

Este programa cuenta con 41 millones de usuarios y 240 millones de visitas. Las otras categorías son Maravillas del Mundo, que permite la visita *online* de monumentos, y Momentos Históricos, con exposiciones sobre etapas claves de la historia.

La calidad de la imagen es una prioridad y aquí es donde entra la *experiencia giga-pixel*, que proporciona nitidez aun con "niveles de



El director del Google Cultural Institute, Amit Sood (izquierda), con el chef Pepe Rodríguez. / ÁLVARO GARCÍA

zoom increíbles", según su web. Con la obra de Van Gogh *La noche estrellada*, Sood maravilló a los invitados al mostrar con una cercanía asombrosa las pinceladas del artista. "Queremos que los jóvenes que pasan horas mirando gatos en YouTube dediquen más tiempo al Art Project", afirmó.

Con esta herramienta, desde una escuela rural en Tahití se pueden ver las obras de Gauguin del Museo de Orsay con más definición que estando ante ellas.

Los servicios del Google Art Institute son gratuitos para los museos y el organismo se encarga de enviar a un equipo a captar las imágenes de las obras y del espacio. La ONG ofrece un uso no comercial y sin publicidad. El museo tiene en todo momento la opción de poder borrar el contenido cuando lo desee y puede usar el *software* del instituto para crear sus propias aplicaciones móviles.

La primera institución española en montarse a bordo de la ini-

ciativa fue el Reina Sofía en 2011. Ahora figuran los museos Thyssen-Bornemisza, Nacional d'Art de Catalunya y Sorolla, entre otros. Tras sus reuniones en España, donde ahora cuenta con la participación de 47 centros, Sood aclaró: "Veo un gran interés para profundizar el proyecto; quiero invitar a fundaciones y colecciones privadas sin ánimo de lucro a mostrar sus obras con nosotros". De hecho, ya está trabajando con la fundación del Banco Santander.