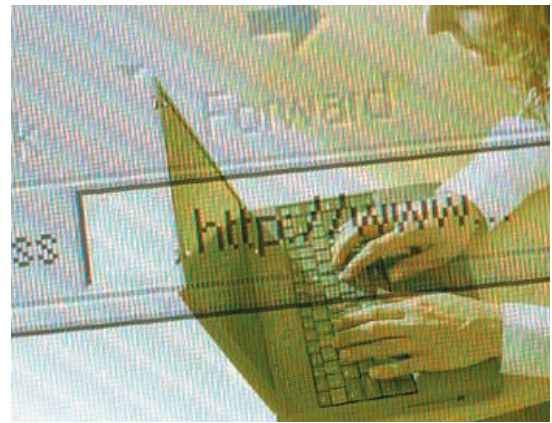


Il Paginone

CONTENUTI DIGITALI

Reding: «Library digitale, priorità per la Ue»

Il commissario europeo: entro il 2010 dovranno essere resi accessibili 6 milioni tra libri, filmati, foto, manoscritti



«L'Europa possiede un incommensurabile patrimonio culturale e scientifico conservato in migliaia di biblioteche, archivi e musei. Diventando digitale e muovendosi verso l'ambito del web e dell'online, questo patrimonio permetterà all'Europa di essere presente nell'industria creativa e culturale del XXI secolo», come dice Viviane Reding, commissario Ue per la società dell'informazione nell'articolo pubblicato sul giornale di Civita. Le biblioteche digitali sono una delle principali iniziative di 2010, che raccoglie ed espone gli obiettivi della politica comunitaria per una Società europea dell'Informazione, rivolta alla crescita e allo sviluppo. Braccio della Ue in questo senso un Gruppo di Esperti (High Level Expert Group) in rappresentanza di un ampio numero

di settori, che indica alla Commissione i possibili approcci rispetto a prevedibili difficoltà e ostacoli nei vari ambiti di interesse: per esempio, in quello del diritto d'autore o in quello della conservazione digitale. La Commissione Europea ha il compito di trasformare in realtà la Biblioteca Digitale d'Europa. «Stiamo lavorando insieme con le istituzioni culturali», scrive Reding, «per definire una modalità di accesso comune al patrimonio culturale europeo, fondato sulla Biblioteca Europea, istituita dalle Biblioteche nazionali di tutta Europa». Almeno 6 milioni fra libri, filmati, fotografie, manoscritti e altri prodotti culturali dovrebbero essere resi accessibili attraverso la Biblioteca Digitale d'Europa entro il 2010. «Siamo consapevoli che una sfida del genere

richiede sforzi congiunti da parte di tutti gli stakeholders, di autorevoli istituzioni culturali e degli Stati Membri. Un accesso qualitativamente alto alle collezioni culturali dipende fortemente sia dalle risorse che gli Stati Membri dedicano alla digitalizzazione sia dalle capacità tecniche disponibili. Grazie al VII Programma Quadro, che andrà dal 2007 al 2013, la Commissione Europea cofinanzia la messa in rete di Centri di Competenza per la digitalizzazione e la conservazione digitale. È a questo fine che dobbiamo attrarre l'eccellenza che gli Stati Membri possono esprimere ed edificare su questa, in modo che le istituzioni culturali possano sviluppare una migliore capacità di svolgere le proprie attività di digitalizzazione e conservazione culturale».

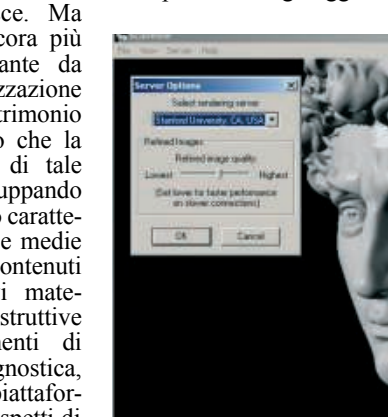
RICERCA

Dalla cultura nascono i labs

Un piano interministeriale per hi-tech e beni storici

Andrea Granelli*

La valorizzazione del patrimonio culturale deve essere fatta cogliendone tutte le specificità. In questo senso gli attrattori culturali devono competere con le potenzialità crescenti dei diversi tipi di intrattenimento, supportati da un alto grado di innovazione tecnologica. La competizione riguarda la conquista di una risorsa molto contesa: il tempo libero. Se vogliamo che la cultura conquisti una maggiore quota di tempo libero della gente, dobbiamo arricchire la visita al museo e al sito archeologico dotandola di servizi e infrastrutture necessari per competere con le altre offerte e trasformarla in una esperienza coinvolgente e «memorabile». Uno dei temi chiave del prossimo futuro sarà quindi progettare l'esperienza complessiva del visitatore, declinandola con strumenti specifici a seconda delle tipologie di artefatti che vengono visitati. È come viene vissuta l'esperienza - e non l'oggettività dell'artefatto che viene osservato - che dà unicità e piacere all'esperienza turistica, crea dei potenti meccanismi di fidelizzazione (spingendo a ritornare in quei luoghi) e origina il fondamentale "passaparola" - base per il nuovo marketing virale. Lo strumento progettuale che rende possibile questo approccio è il "design dell'esperienza", che costruisce un dialogo centrato sulle esigenze del visitatore e sulle specificità degli oggetti con cui interagisce. Ma l'aspetto forse ancora più interessante derivante da una corretta valorizzazione economica del patrimonio culturale è il fatto che la gestione e tutela di tale patrimonio sta sviluppando un fiorente mercato caratterizzato da piccole e medie aziende dai forti contenuti tecnologici. Nuovi materiali, tecniche costruttive innovative, strumenti di misurazione e diagnostica, modellistica 3D, piattaforme fruibili, sono aspetti di questo processo. Per queste caratteristiche il settore dei beni culturali sta diventando un laboratorio per lo sviluppo di tecnologie e metodiche molto innovative; si pensi ai batteri "mangiapatine", al cemento bianco contenente nanomolecole di titanio che non si sporca, agli acceleratori di neutroni in grado di radiografare le statue e ricostruirle dall'interno (consentendo addirittura una "navigazione" dentro la statua, senza tagliare), fino alle recenti innovazioni del settore digitale (mappe satellitari navigabili, sistemi georeferenziati portatili, tag a radiofrequenza per marcare gli oggetti). Per questo motivo il Ministero dei Beni Culturali e il Ministero della Ricerca hanno recentemente creato un gruppo di lavoro congiunto con l'obiettivo di definire uno specifico Piano Nazionale della Ricerca relativo ai Beni Culturali. Queste tecnologie hanno inoltre interessanti ricadute economiche in altri settori (si pensi all'ingegneria civile, all'edilizia, alla formazione, all'intrattenimento digitale). Per tutti questi motivi il settore dei beni culturali e ambientali potrebbe costruire la punta di diamante di una nuova ondata di esportazioni made-in-Italy. Non più solo moda, cibo e lusso, ma know-how, tecnologia "dura", cultura e una nuova metodologia di design.



La gestione e tutela del patrimonio italiano stanno sviluppando un mercato di Pmi dai forti contenuti tecnologici

***consigliere del ministro per i Beni e le attività culturali**

MADE IN ITALY

Musei, archivi, biblioteche: la digitalizzazione apre nuovi scenari anche sul fronte dell'innovazione e della ripresa economica
Imperatori, banchiere-mecenate: «Le imprese accettino la svolta»

Cultura italiana la sfida ICT

Roberta Chiti

«Imprenditoria, politica, banche. Sono tre i soggetti principali chiamati in causa per agganciare la cultura all'innovazione. Ma è un coinvolgimento urgente. Servono più risorse, bisogna fare presto. Le premesse scientifiche ci sono, tocca agli altri». Gianfranco Imperatori è il banchiere che crede nell'ICT e nelle sue potenzialità di motore per l'economia. Un finanziere - Banca d'Italia, Sofipa, Mediocredito Centrale, Banco di Sicilia; oggi presiede Fineco Asset Management - convinto che le teorie di Richard Florida siano realizzabili. Anche in Italia. E per questo che ha fondato l'associazione Civita per la promozione della cultura, ed è per questo che ha appoggiato il convegno Beni culturali Online, organizzato dalla fondazione Rinascimento Digitale, che ha radunato a Firenze le istituzioni e l'eccellenza degli specialisti al lavoro su informatica e beni culturali (fra gli altri il presidente della fondazione Rinascimento digitale e direttore del Museo della Scienza di Firenze Paolo Galluzzi, Giovanni Bergamin della Nazionale di Firenze, i responsabili delle biblioteche e musei principali europei). «Per la nostra associazione il convegno è stato importante per due motivi. Civita è nata 20 anni fa sulla spinta di una tendenza che allora si appalesava: l'idea era che le tecnologie si sarebbero sviluppate bene nei siti ad alta densità culturale. Civita si adoperò per una valorizzazione del patrimonio culturale gestendo musei, organizzando mostre, promuovendo eventi, facilitando la creazione di distretti culturali e turistici. Abbiamo fatto, in altri termini, economia e cultura con metodi di efficientamento organizzativo».

Sono passati vent'anni, a che punto è il suo progetto per rendere la cultura una leva di sviluppo?

«Noi sappiamo che Internet rivoluzionerà il modo di produrre e consumare cultura. Si realizzeranno nuovi prodotti, nuove imprese e nuovi mercati. L'economia immateriale si esprimerà coniugando tecnologia e contenuti. Tecnologie disparate, contenuti culturali. Vediamo cosa sta succedendo con le nuove tecnologie. Sui beni culturali intervengono nella fase di restauro, diagnostica, allestimento, si tratta dunque di applicazioni che producono opportunità e esaltano il museo al di là della sua presenza. Al tempo stesso consentono di esportare le opere. Le biblioteche si digitalizzano aprendo

prospettive impensabili. Nel turismo governano e ampliano l'affluenza. Tecnologie, dunque, che creano nuova economia.

Attraverso quali strade?

Bisogna essere capaci di trovare applicazioni concrete. Primo: gli imprenditori privati devono affacciarsi alla sfida dell'immateriale. In Italia abbiamo un'imprenditoria molto basata sul manifatturiero, e deve accettare questa svolta. Secondo: occorre che il governo faccia interventi di politica

industriale in modo da accelerare questo processo, e gli attuali incentivi non sono sufficienti. Terzo: bisogna che le banche siano più attente a finanziare queste nuove produzioni. Si tratta di un concorso di soggetti che devono adoperarsi con politiche più attive affinché questi scenari possano realizzarsi nel breve periodo. Certo, fino a oggi constatiamo che c'è molta lentezza. Ma il convegno di Firenze sta a dimostrare che le potenzialità esistono.



Il Paginone

CONTENUTI DIGITALI

User generated content per il British Museum

Rowena Loverance, capo dell'e-learning: «Partenza con il sito per ragazzi, poi amplieremo a tutto il pubblico»

L'esplosione dell'«user-generated content» è l'ultima novità digitale di impatto nel settore della cultura. Due aspetti caratterizzano questa esplosione. Siti in rapida crescita come Myspace, Flickr e Del.icio.us utilizzano il "social tagging" per permettere agli utenti di condividere i loro contenuti digitali in modo significativo. Il progetto www.steve.museum è il primo sito culturale ad adottare questo approccio per le collezioni già esistenti. Per ciò che attiene ai nuovi contenuti di tipo testuale, come i "blogs" o i "wikis", le istituzioni culturali si sono messe in moto per trovare argomenti in grado di stimolare UGC utili e di buona qualità. Il British Museum è uno dei 10 musei nazionali inglesi che si sono recentemente impegnati in un progetto finanziato dal Tesoro per la

creazione di trenta argomenti UGC, conosciuti sotto il nome di viaggi creativi. «Sarà interessante vedere - ha detto nel corso del convegno Cultural Heritage On Line Rowena Loverance, capo dell'e-learning al British Museum di Londra - quali istituzioni culturali saranno le prime ad essere premiate in questo campo, e in che modo ciò influenzerà la loro reputazione online. Mentre questa nuova realtà degli UGC sta ancora muovendo i primi passi, è essenziale identificare i nuovi quesiti che essa porterà nel campo della conservazione digitale. Le persone che donano materiali a un museo reale, a una biblioteca o a una raccolta di archivi, si aspettano che questi materiali siano conservati in eterno; le aspettative saranno le stesse quando contribuiranno a siti cultu-

rati tramite UGC digitali, e nel caso, come saranno gestite queste aspettative dalle istituzioni culturali?». Rowena Loverance ha indicato i primi passi di una strategia di conservazione digitale per gli UGC, e indirizzato la riflessione sui temi del controllo della qualità del materiale, la catalogazione e la gestione dei contenuti, e la durata di conservazione necessaria per questi materiali. Il sito del British dedicato ai bambini è aperto all'UGC dal 2001: i materiali sono immagini e testi attinenti, domande all'esperto e relative risposte, visite online. Una volta messa a punto una strategia di conservazione digitale per gli UGC, il Museo sarà in una posizione più favorevole per lanciare il sito web in nuovo formato, che offrirà spunti per stimolare UGC dal pubblico adulto.



ARCHIVI ONLINE

«Abbattiamo gli scaffali delle biblioteche digitali»

La provocazione del presidente di Rinascimento digitale
Architetture integrate per la Ue o rischio di inefficienza

Paolo Galluzzi

Pubbllichiamo alcuni estratti dell'intervento tenuto da Paolo Galluzzi nel corso del convegno Cultural Heritage On Line che si è tenuto a Firenze.

Per le attività di valorizzazione del patrimonio culturale il web rappresenta un'opportunità straordinaria, che impone tuttavia una profonda riforma delle procedure tradizionali di produzione, pubblicazione e diffusione delle conoscenze. La distribuzione del patrimonio culturale nel mondo reale in biblioteche, archivi e musei non può costituire il modello di riferimento per i nuovi archivi digitali. Una volta che i contenuti sono stati digitalizzati, non ha più senso disporli in contenitori distinti. Diventa infatti finalmente possibile organizzare le informazioni secondo le loro relazioni concettuali (...). Si assiste oggi a un dibattito vivacissimo sulla valutazione - da parte dell'atteggiamento nuovo dei soggetti che attingono informazioni dal web. Utenti che interferiscono con i contenuti consultati, vi appongono commenti, formano nuovi archivi con metodi di bricolage, stabilendo link tra i dati disseminati in rete.

Tale dibattito è animato da visioni contrastanti: la preoccupazione per l'"inquinamento" della qualità dell'informazione a causa dell'interferenza di soggetti non accreditati, da un lato; l'esaltazione del valore sociale della partecipazione collettiva alla creazione dei contenuti, secondo il fortunato modello delle network communities che alimentano il fenomeno del "wikis". Le forme di collaborazione che si stabiliscono all'interno delle communities, specialmente se formate da utenti competenti o da istituzioni scientifiche e se basate sull'uso di standard condivisi, possono contribuire a contrastare la generale tendenza a trasferire i contenuti culturali sul web in strutture chiuse e irrelate che emulano i diversi contenitori nei quali nel mondo reale sono conservati i documenti, libri e manoscritti, reperti naturali, manufatti d'arte e di scienza.

Non può infatti sfuggire che i musei virtuali che vengono sempre più densamente popolando la rete appaiono parenti stretti dei

musei in carne ed ossa. Nel web si dovrebbero viceversa demolire sistematicamente le "mura e le vetrine" che isolano gli oggetti e le collezioni nei singoli musei, dedicando ogni sforzo alla ricomposizione dei contesti che conferiscono senso al patrimonio (...).

Troppo scarse sono oggi, purtroppo, le energie indirizzate in questa direzione. L'esplosione stessa "Biblioteca Digitale" viene quasi sempre usata per indicare risorse digitali formate esclusivamente da libri o, comunque, da testi. Un'infinità di cantieri sulla scena internazionale sta attualmente lavorando all'edificazione di questo tipo limitativo di Biblioteca Digitale. Contemporaneamente, altri numerosi cantieri, in totale estraneità con quelli sopra menzionati, sono impegnati a erigere cloni digitali di musei reali, ognuno rigorosamente chiuso in se stesso. Analogo orientamento caratterizza la transizione delle

sembra puntare a costruire una replica smaterializzata delle biblioteche reali. Questo almeno è quanto si ricava dai documenti e dalle raccomandazioni della Commissione sulla natura e sulle finalità della Biblioteca Digitale Europea (...). La descrizione dei risultati attesi e le misure assunte per conseguirli indicano che, almeno nella fase iniziale che si concluderà nel 2010, si procederà solida alla scansione di alcuni milioni di volumi a stampa e alla creazione di un portale multilingua con motore di ricerca.

Ritengo che si tratti di un metodo e di una road-map discutibili. Quando, dopo il 2010, ci si dedicherà alla produzione di repository digitali di oggetti museali e, più tardi, di quelli archivistici, fotografici, ecc., risulterà estremamente arduo integrare ex post l'enorme documentazione digitale prodotta. Per questo va accolto con soddisfazione il Report dell'ultima riunione del Permanent Repre-

«Google ha accelerato la pubblicazione in rete dei giacimenti librari, ma innescando tensioni competitive laddove si avverte l'esigenza di collaborazione»

collezioni archivistiche nel mondo digitale. Si deve affermare con forza che questa tendenza rappresenta un modo riduttivo di utilizzare l'enorme potenziale del web (...). Ne offro un esempio eloquente il numero impressionante di progetti di costruzione di "Biblioteche Digitali", che si stima producano complessivamente la digitalizzazione di oltre un milione di libri l'anno: Progetto Gutenberg, One Million Book Project, Open Content Alliance, World Digital Library, Bookstore Projects, Biblioteca Digitale Europea, Biblioteca Digitale Italiana (che viene producendo con modeste risorse finanziarie risultati davvero apprezzabili) ecc., e, last but not least, Google Print.

Quest'ultima iniziativa ha conferito una violenta accelerazione al processo di pubblicazione in rete di cospicui giacimenti librari, innescando tensioni competitive laddove si avverte viceversa l'esigenza di forte spirito di collaborazione, per evitare sprechi di risorse, frammentazione dei risultati e asimmetrie di standard. Tutti questi progetti convergono nel tendere a concepire la Biblioteca Digitale come archivio formato da risorse esclusivamente librarie (...). Anche l'ambiziosa iniziativa della Biblioteca Digitale Europea

sentatives Committee inviato al Council of the European Union il 30 ottobre 2006. Vi si afferma infatti che l'obiettivo prioritario dell'iniziativa europea è la costruzione di un'architettura nella quale possano essere integrate le rappresentazioni digitali di tutti i tipi di contenuti e beni culturali. L'auto-revole riaffermazione del principio della programmatica integrazione che deve guidare le iniziative di transizione dei beni culturali nel web contribuirà certamente ad arricchire la road-map 2006-2010 della Biblioteca Digitale Europea, aprendo spazi adeguati per progetti di realizzazione di grandi archivi digitali integrati, di definizione di tools e standard per allineare le informazioni non solo ex post, e per incoraggiare la formazione di network communities competenti. Condizione, quest'ultima, essenziale per ottenere risultati di qualità. Per altro, imboccando questa strada, la Commissione Europea si posizionerà nello scenario fortemente competitivo della transizione digitale a un livello assai più innovativo rispetto al modello di biblioteca digitale, molto muscolare ma concettualmente banale, perseguito da Google e da gran parte dei suoi competitori (...).

***presidente della Fondazione Rinascimento Digitale**

Libri

a cura di Roberta Chiti

Il volume, in una seconda edizione profondamente aggiornata, si propone di analizzare le caratteristiche e le funzioni delle biblioteche digitali nel contesto della comunicazione contemporanea. Partendo dalle peculiarità del documento in formato digitale, il testo affronta i diversi ambiti bibliotecari coinvolti dall'avvento delle biblioteche digitali: dalla gestione delle collezioni ai diritti d'accesso, dalla catalogazione alla preservazione, dai problemi giuridici alle tecniche di valutazione. Come scrive Luigi Balsano nella nota introduttiva, "un utile strumento di lavoro sia sul versante della didattica che su quello dell'attività professionale".

Salarelli è docente di Fondamenti di scienza dell'informazione presso il Corso di laurea in Beni Artistici, Teatrali, Cinematografici e dei Nuovi Media dell'Università di Parma. Tammaro è ricercatore presso il dipartimento dei Beni culturali e dello Spettacolo dell'Università di Parma.

La biblioteca digitale
DI ALBERTO SALARELLI E ANNA TAMMARO
365 PAGINE, 22,95 EURO
EDIZIONE BIBLIOGRAFICA

Per non farsi schiacciare dalla concorrenza, occorre innovare. Continuamente, in tutti i settori, su tutti i prodotti e servizi dell'azienda. L'innovazione di successo non si verifica mai per caso: deve essere realizzata, gestita, misurata, e le imprese che sanno farlo bene sono in realtà poche. In questo volume gli autori, che si rifanno alla loro grande esperienza di consulenti e a un ricchissimo lavoro di ricerca, spiegano come cosa funziona o non funziona e come si possono usare tutti gli strumenti gestionali per massimizzare il valore del denaro investito in innovazione. Le loro tecniche sono state applicate dalle maggiori società nel mondo, da Apple fino a General Electric e Toyota. Il lettore imparerà a progettare l'innovazione, integrare l'innovazione e la strategia di business, bilanciare creatività e creazione del

valore; radicare l'innovazione nella mentalità aziendale; neutralizzare gli "anticorpi" organizzativi.

L'innovazione che funziona
DI TONY DAVILA, MARC EPSTEIN E ROBERT SHELTON
305 PAGINE, 25 EURO
SPERLING & KUPFER

Il lungo cammino verso la tv digitale secondo Mediaset (il curatore è direttore operativo tv digitale di Mediaset) raccontato attraverso le testimonianze di alcuni esperti del settore e di docenti universitari.

Dalla regolamentazione alla problematica della futura offerta, si fa il punto sulla fase cruciale della nuova forma televisiva, già attiva in alcuni Paesi europei, in ritardo in Italia. Interventi, fra gli altri, di Piero de Chiara responsabile coordinamento regolamentare e multimedialità Telecom Italia, Carlo Sartori presidente RaiSat, Carlo Freccero, Andrea Zappia direttore Marketing Sky Italia, Massimo Castelli, Telecom Italia, Vincenzo Costanzo, Gina Neri, consigliere d'amministrazione Mediaset.

Mediamorfo
A CURA DI FEDERICO DI CHIO
336 PAGINE, 18 EURO
RTI EDITORE