

## LA NUEVA WEB MUSEOTHYSSEN.ORG

**MuseoThyssen.org**, la web del Museo Thyssen-Bornemisza, se presenta totalmente renovada. A lo largo de 2008 y 2009, el Museo ha trabajado en esta nueva versión, caracterizada por un ambicioso proyecto multimedia interactivo.

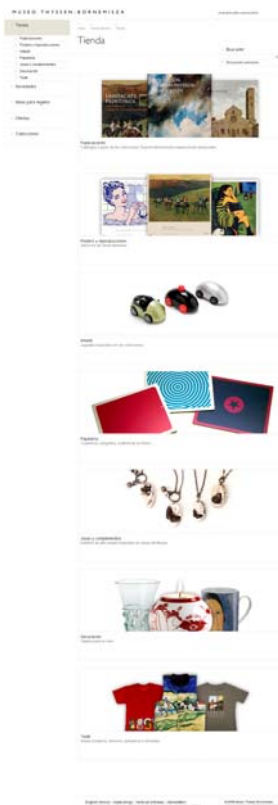
La primera web del Museo nació en 1995, y a lo largo de los años ha ido adaptándose a las nuevas necesidades. Esta versión, la cuarta, supone un gran avance tecnológico y un cambio radical en el concepto multimedia, pues es un paso decidido hacia la idea de **web 2.0**. Como punto de partida de este proyecto se ha realizado una investigación sobre los sitios web de Museos con objeto de conocer su grado y forma de incorporación a este modelo de web eminentemente social. A partir de este estudio y de una reflexión sobre dónde nos encontramos y qué objetivos queremos conseguir, se ha trabajado en el rediseño, con un cambio de concepto e imagen, teniendo en cuenta cuatro puntos clave:

- La **web como lugar de información**, donde se renuevan los contenidos multimedia en diversos formatos en torno a la Colección, entre los que destaca el **Mapa del tiempo**, así como toda la actualidad respecto a exposiciones y actividades del Museo.
- La **web de contenidos relacionados**, que proporciona al usuario, a través de una relación de contenidos y datos, la información necesaria para que encuentre contenidos relacionados en su navegación según sus intereses
- La **web 2.0 como espacio de opinión**, con blogs, con la posibilidad de hacer comentarios, con marcadores sociales, etc., con el fin de generar espacios de opinión y debate, así como de facilitar la interactividad con el Museo.
- La **web accesible**, considerando que los avances técnicos y las nuevas tecnologías han de ser una fuente de oportunidades para la integración de todas las personas, garantizando una igualdad de oportunidades en el acceso a la información.

- La **web como lugar de información** renueva sus contenidos en torno a las Colecciones Thyssen-Bornemisza. Se han creado nuevos canales y se han actualizado informaciones que se presentan en diversos formatos: vídeos, *podcasts*, imágenes, animaciones, textos, etc. Como novedad, se ha prescindido de los recorridos cronológicos para presentar la Colección a través de un **Mapa del tiempo**, desde el cual se accede a **todas** las obras de la Colección. En este **Mapa** están representados ocho siglos de la historia del arte, con sus correspondientes décadas, de forma circular, y los años en disposición radial, de tal manera que el cruce establece una celda con un punto. Cuanto más oscuro sea el punto, mayor es la concentración de obras de ese año presentes en la Colección. Al pinchar, se accede a las obras de ese año y a su correspondiente ficha. El nuevo canal de **vídeos y podcasts** ofrece una selección de audiovisuales de las exposiciones temporales, de las conferencias, de los ciclos de cine y de otras actividades, con el fin de ofrecer formatos más visuales y atractivos. Se ha creado un canal en vimeo.com, plataforma de vídeos 2.0, desde donde se sirven a



través de *video streaming* a nuestro canal. Apostamos por estar en la red y por que nuestros vídeos sean distribuidos y descargados también fuera de nuestra página web. Para 2010, está prevista, además, la creación de un canal televisivo *online*. Se recupera una sección dedicada a las obras maestras y se potencia y facilita la búsqueda de todas las obras de la Colección a través de un listado de artistas de la A a la Z. Y las visitas virtuales para contemplar estos cuadros estarán disponibles a lo largo de 2009. Además de los nuevos contenidos, el Museo ofrecerá servicios de Solicitud de imágenes *online*, Zona Amiga y canales profesionales de Prensa y de Turismo totalmente renovados. El canal de eventos corporativos se presenta más atractivo con visitas virtuales a los

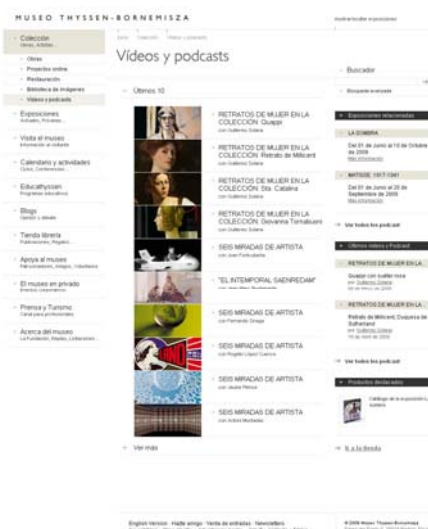


espacios. A lo largo de 2009 se incorporarán nuevos servicios para el usuario como la reserva *online* de visitas de grupos y de actividades, la venta de entradas y la de productos de la tienda.

- La **web de contenidos relacionados** supone un cambio radical en la navegación, pues facilita al usuario el acceso a la información vinculada con los contenidos que está viendo, acortando así los tiempos de búsqueda. El objetivo es que la página no solo muestre contenidos, sino que además sea capaz de *entender* el sentido de esa información. Se ha creado un gestor de contenidos inteligente con carga semántica, de manera que mientras se está viendo una obra, se mostrarán accesos a vídeos, entradas del blog, productos, exposiciones, etc. en los que haya información adicional sobre otras obras de esta artista o sobre artistas relacionados, por ejemplo.



- La web 2.0 como espacio de opinión refuerza la **interacción entre el usuario y el Museo**, fomentando la creación de comunidades y la **deslocalización** de los contenidos fuera de museothyssen.org, una de las estrategias clave de la presencia del



Museo en la red. Se establecerá un diálogo que permita participar en el intercambio de conocimientos y que dará al Museo la oportunidad de conocer la opinión de los visitantes virtuales, quienes podrán valorar, compartir y syndicar contenidos, así como etiquetarlos a través de marcadores sociales. Se incorporan blogs como canales de difusión informal que cubrirán áreas tan diversas como la conservación, la

restauración, la tecnología y otras. El Museo también se incorpora al concepto de *lifestreaming* con sistemas de *microblogging*, acercando nuestro día a día al público.

Queremos ser parte activa de la Web Social por lo que se ha potenciado la presencia en entornos web 2.0 como: **Vimeo** o **Youtube** (desde donde se puede acceder a nuestros vídeos), **Twitter** (para estar informado de nuestras actividades), **Facebook** (para crear comunidad), **Flickr** (para geoposicionar las obras de la Colección), **Delicious** (para etiquetar nuestros contenidos destacados), **LinkedIn** (para establecer relaciones profesionales) o **Slideshare** (para publicar presentaciones).

- Con el objeto de garantizar el acceso a sus contenidos y servicios en Internet, el Museo ha trabajado en la eliminación de las barreras asociadas para garantizar una web accesible. El Museo Thyssen-Bornemisza ha hecho un gran esfuerzo para alcanzar un nivel de **accesibilidad Doble A** según las recomendaciones WAI (Web Accessibility Initiative) en la totalidad de las páginas de la web. En el desarrollo se ha cuidado con esmero la **usabilidad** así como la correcta indexación de los contenidos por buscadores como Google, Yahoo o MSN. Consideramos que los avances técnicos y las nuevas tecnologías han de ser una fuente de oportunidades, garantizando la igualdad en el acceso a la información.

