

Telefónica promueve esta nueva experiencia del Prado

El Museo del Prado se sitúa a la vanguardia de los museos en la Red con una web que transforma por completo la experiencia de su versión digital

El Museo del Prado ha presentado hoy un nuevo website dotado de un complejo desarrollo tecnológico y de un diseño absolutamente protagonizado por imágenes de las obras de arte en alta calidad. Esta nueva forma de presentación del Prado en el entorno digital proporcionará al usuario una atractiva experiencia para disfrutar del Museo en toda su extensión y profundizar de forma rápida e intuitiva en sus diferentes áreas de conocimiento.

Una iniciativa, realizada con el apoyo de Telefónica, que apuesta decididamente por trasladar la experiencia de la visita del museo a un entorno digital enriquecido basado en el modelo semántico explorado con éxito hasta ahora solamente por un reducido grupo en cuanto a instituciones culturales internacionales.

Madrid, 10 de diciembre de 2015.- El Museo del Prado ha presentado hoy una nueva web, que sustituye a la lanzada en octubre de 2007, también desarrollada con el apoyo de Telefónica, con el objetivo de mejorar la experiencia *on line* del Prado a través de una nueva estructura por módulos que permite la interrelación de las obras de arte (más de 10.000) y los autores de su colección (más de 1.800) con otros activos de su patrimonio de conocimiento (más de 20.000 accesos a conferencias, actividades, exposiciones, documentos, archivos, etc.) para establecer una mayor implicación e identificación del usuario. (Ver imagen 1. Ficha de obra)

La presentación, retransmitida en directo en *streaming* a través de la propia web, ha contado con las intervenciones de Miguel Zugaza, director del Museo del Prado y de Carlos López Blanco, director general de Asuntos Públicos y Regulación de Telefónica. Las explicaciones técnicas han corrido a cargo de Javier Pantoja, jefe del Área de Desarrollo Digital y Javier Docampo, jefe del Área de Biblioteca, Archivo y Documentación del Museo.

Este nuevo website constituye la primera explotación de un Grafo de Conocimiento desarrollado por el Prado gracias a la integración de los principios de la web semántica con el conjunto de contenidos del Museo. El nuevo tratamiento de los datos, estructurados semánticamente, ha permitido el desarrollo de una de las aportaciones más relevantes del proyecto: el buscador facetado (Ver imagen 2. Buscador facetado). Gracias a este nuevo y potente buscador, el usuario de la web del Museo podrá acceder por primera vez a toda la información contenida en la misma aplicando patrones y secuencias personales de razonamiento y búsqueda. Además, los sistemas de recomendación de contenido, fruto también de esta estructuración de los datos, le

Ruiz de Alarcón, 23
28014 Madrid. España

T: +34 913 30 28 60 / 23 73 / 29 60
area.comunicacion@museodelprado.es
press@museodelprado.es
www.museodelprado.es

facilitarán profundizar en la información demandada partiendo de un completo etiquetado de las obras y artistas que forman parte de las colecciones del Prado.

Concebido como uno de los proyectos prioritarios de la institución dentro de su plan de actuación plurianual, la nueva página web del Museo intenta proporcionar la mejor experiencia posible a su visitante digital, incorporando también por primera vez la posibilidad de crear y guardar itinerarios personalizados, así como obras favoritas y otros resultados de búsquedas gracias al desarrollo de un apartado *socialmedia* específico denominado “Mi Prado” (Ver imagen 3. Mi Prado), canal que albergará “El viaje de los sentidos”, diez recorridos temáticos por las obras de la colección permanente acompañados de una selección musical realizada por profesionales de Radio 3.

Desde el punto de vista visual, (ver imagen 4. Home) se ha creado un lenguaje ajustado a la imagen corporativa de la institución que se adapta a la variedad de dispositivos existentes y un diseño que define los ejes principales: la obra como entrada, la colección como vía principal de acceso a la navegación, la contextualización de la información aportada y la creación de una red social interna con funcionalidades esenciales para una mayor implicación e identificación del usuario con esta nueva experiencia digital del Prado.

Coincidiendo con su lanzamiento y con el fin de dar a conocer a los visitantes físicos la posibilidad de manejar esta nueva y completa herramienta para un mejor conocimiento y disfrute de sus colecciones y actividades, el Museo ha habilitado cinco puntos permanentes de consulta con acceso a la misma desde unos dispositivos facilitados por Samsung como colaborador tecnológico del Museo. Estos puntos de consulta están situados en la puerta de Botánico, vestíbulo del edificio Jerónimos, acceso a la sala de las Musas y, en el edificio Villanueva, rotonda alta de Goya y Galería Jónica sur, en la primera planta.

Ruiz de Alarcón, 23
28014 Madrid. España

T: +34 913 30 28 60 / 23 73 / 29 60
area.comunicacion@museodelprado.es
press@museodelprado.es
www.museodelprado.es

Estructura de la nueva web del Museo del Prado

La nueva web se estructura en seis bloques de contenido:

Colección

En él se presenta la colección del Museo invitando al usuario a realizar un recorrido por las diferentes colecciones del Museo de la mano de los Jefes de Conservación de las mismas a través de videos, imágenes y textos explicativos.

Por otro lado, se presenta un buscador facetado sobre unas 10.000 obras de la colección del Museo donde el usuario podrá realizar búsquedas combinadas y sumariadas sobre datos técnicos e iconográficos de las obras.

La ficha de obra se muestra como el centro de este canal, al compendiar en ella, una imagen navegable, texto explicativo, ficha técnica pormenorizada, recursos multimedia asociados (videos, audioguías, audios), ficha del autor, etc.

Visita

En este canal se muestra la información práctica para la visita personal al Museo en 13 idiomas. Compra de entradas online, sugerencias de actividades y recorridos por el Prado, indicaciones básicas para la visita, altas como miembros de la Fundación Amigos del Museo del Prado, etc.

Actualidad

En actualidad se reúne toda la actividad diaria del Museo tanto online como onsite. Redes sociales, videos, actividades educativas, exposiciones, noticias, itinerarios. La intención última de este canal es hacer llegar el dinamismo del Museo del Prado a todo usuario, el cual, varía en función de sus intereses. La información se muestra categorizada por tipos pero también accesible desde un buscador calendarizado.

Aprende

Este canal contiene toda información y actividades para el usuario que busca formación. Este objetivo se realiza de forma modular, dividiendo la oferta en función del tipo de usuario. Desde Educación con actividades para diversos públicos, formación del profesorado, congresos, etc. Escuela del Prado con contenidos y oferta enfocada a un usuario con interés en formarse específicamente temas museológicos o histórico artísticos. Biblioteca Archivo y Documentación donde se ofrecen los recursos de consulta. Investigación que engloba las labores de restauración y estudios técnicos que realiza el Museo sobre sus colecciones y, por último, el acceso a la Biblioteca del Museo así como a la Boletín del mismo.

Museo

Recoge la información institucional del Museo. Información detallada sobre la

Ruiz de Alarcón, 23
28014 Madrid. España

T: +34 913 30 28 60 / 23 73 / 29 60
area.comunicacion@museodelprado.es
press@museodelprado.es
www.museodelprado.es

institución, sus fondos y su historia y arquitectura así como datos referentes a su gestión, de acuerdo a la Ley de transparencia y acceso a la información pública.

Mi Prado

Mi Prado es un acceso privilegiado para los usuarios del website del Museo a sus colecciones y sus obras. Con este canal podrán crear recorridos propios, comentarlos, compartirlos, guardar favoritos, etc. Está realizada de forma lo suficientemente abierta para que sea el propio usuario el que defina el uso que quiere darle: recordar visitas pasadas, compartir obras con amigos, preparar clases, etc.

El Museo del Prado en la web: el Grafo de Conocimiento del Museo del Prado

Estándares semánticos y datos enlazados

El Grafo de Conocimiento del Museo del Prado se ha construido sobre estándares de la web semántica y de acuerdo con los principios de la Web de Datos Enlazados (o *Linked Data Web*), lo que ha permitido:

- Conectar la construcción de la rica base de conocimiento del Museo del Prado generada a lo largo del tiempo gracias al trabajo constante de sus conservadores y documentalistas, con la publicación del espacio digital del Prado en la web, de manera que lo que se ve en la web es lo que crea el conjunto de la institución en sus diferentes áreas de conocimiento.
- Optimizar el uso de esa base de conocimiento, poniendo en valor el conjunto del trabajo de todas las áreas de la institución.
- Convertir la actual Web de Documentos del Museo del Prado en un Grafo de Conocimiento que se expresa por medio de una Web de Datos Enlazados.
- Desarrollar modos de interrogación y visualización de ese Grafo adaptados a diferentes audiencias y orientados a maximizar la satisfacción de sus intereses, ofreciendo datos relacionados explícitamente con aquellos resultados que satisfacen las preguntas del usuario.

Construir páginas web temáticas sobre la base de un conjunto de datos o subgrafo que cumpla con ciertos requisitos (SemanticDynamic Publishing).

El Grafo de Conocimiento del Museo del Prado

Por decirlo de un modo sencillo y aplicado, el grafo de conocimiento del Museo del Prado es un sistema de representación del conjunto de contenidos y recursos digitales

Ruiz de Alarcón, 23
28014 Madrid. España

T: +34 913 30 28 60 / 23 73 / 29 60
area.comunicacion@museodelprado.es
press@museodelprado.es
www.museodelprado.es

del museo que entiende hechos relacionados con los autores, las obras de arte, sus contenidos, temas, épocas y estilos y cualquier objeto relacionado con ellas y, especialmente, entiende el modo en que este conjunto de entidades está todo él conectado.

Más allá de su uso público, el grafo de conocimiento del Museo del Prado se utiliza para anotar, organizar y presentar la información del museo de modo significativamente relevante, acopiando por ejemplo, en la ficha de la obra toda la información relevante relacionada con ella con independencia del lugar del que proceda o del equipo que la haya generado, así como sus relaciones con otras obras del Museo o las relaciones del autor con otros autores representados en la colección.

El grafo de conocimiento del Museo del Prado es una base de conocimiento desarrollado por el Museo del Prado con el fin de extender su identidad en la web mediante un proyecto digital que reforzara la experiencia de los visitantes virtuales del museo con motor de búsqueda que ofreciera resultados recuperados y enlazados semánticamente a partir de una amplia variedad de fuentes distribuidas a lo largo de toda la actividad y diferentes áreas del museo.

El buscador provee información estructurada y detallada sobre un determinado autor, obra o tema, además de información contextual sobre cada uno de esas entidades. El objetivo es que los usuarios puedan alcanzar y utilizar esta información por sí mismos con la seguridad de que disponen en cada caso de toda la que atesora el Museo del Prado relacionada con la pregunta o interrogación que hace.

Eventualmente, el grafo de conocimiento del Prado podrá enlazarse con información abierta y semánticamente estructurada disponible en la Linked Open Data Web o Web Abierta de Datos Enlazados, tal como la de Wikipedia a través de Dbpedia o Wikidata, la de Freebase, Europeana, BBC, New York Times o bien la de otros museos como el British Museum o la Getty Foundation, por poner sólo algunos ejemplos.

El Museo del Prado lanza este servicio para proveer a los usuarios de respuestas significativas y relevantes a sus preguntas y de un método de interrogación que les permita navegar a través de relaciones significativas por todos los objetos de su colección y del proyecto museográfico en su conjunto.

El grafo de conocimiento del Prado acumula más de 310.000 entidades y más de 2.800.000 relaciones entre esos diferentes objetos o entidades, que se utilizan para entender el significado del término que el usuario introduce en la búsqueda; pero también para ofrecerle un sistema de exploración de la colección y en general de todos los recursos del museo basado en un buscador facetado que le posibilita disponer de todos los posible modos de navegación sobre ese conjunto de entidades.

Ruiz de Alarcón, 23
28014 Madrid. España

T: +34 913 30 28 60 / 23 73 / 29 60
area.comunicacion@museodelprado.es
press@museodelprado.es
www.museodelprado.es

Grafo construido sobre el modelo de referencia CIDOC-CRM

El modelo semántico digital del Museo del Prado está compuesto de un conjunto de ontologías híbridadas articuladas alrededor del modelo de referencia **CIDOC – CRM**, que se desarrolló para representar buena parte de los procesos nucleares de un Museo, si bien no todos, como veremos. El diagrama de abajo representa el Modelo Digital del Prado. En él se pueden ver el conjunto de ontologías mezcladas, que pasamos a explicar a continuación.

En primer lugar, el modelo CIDOC CRM es un modelo semántico elaborado desde 1994 por el Grupo de normalización documental del Comité internacional para la documentación del Consejo internacional de los museos (ICOM-CIDOC). En 2006 el ISO publicó el CIDOC CRM como norma internacional (ISO 21127:2006). Se trata de un modelo semántico que constituye una “ontología” de la información relativa al patrimonio cultural, es decir una formalización de las relaciones que unen los conceptos fundamentales de este tipo de información. El modelo CIDOC está formado por una jerarquía de unas 90 clases y unas cerca de 150 propiedades que conectan significativamente dichas clases.

Las principales entidades de la web semántica del Prado: Obra de arte, Autor, Exposición y Actividad se representan según el mencionado estándar CIDOC CRM, pero en la web del Museo se dan cita otros muchos tipos de contenidos no contemplados por el modelo CIDOC, por lo que ha sido preciso híbridar dicho estándar con el modelo EFBR y otros vocabularios (ontologías estándar) de uso extendido en proyectos de la web semántica.

El modelo FRBR (*Functional Requirements for Bibliographic Records*) es un modelo conceptual desarrollado por la Federación Internacional de Asociaciones e Instituciones Bibliotecarias (IFLA) cuyo objetivo es establecer un marco que proporcione una comprensión clara, definida con precisión y compartida por todos sobre la información que un registro bibliográfico debe proporcionar y sobre lo que se espera que se logre de un registro bibliográfico como respuesta a las necesidades de los usuarios. El estándar FRBR se ha utilizado para modelar todos los registros bibliográficos del Museo.

Entre los vocabularios y ontologías estándar utilizados destacamos: la ontología rNnews desarrollada por IPTC (International Press Telecommunications Council), un consorcio que agrupa a las más importantes agencias de noticias y empresas de comunicación, para representar noticias; la ontología PPROC que define los conceptos necesarios para describir los procesos públicos de licitación y los contratos del sector público; el estándar ontológico Human Resources Management Ontology para la representación de ofertas de empleo y becas; y el estándar SIOC (Semantically-Interlinked Online Communities) del W3C para representar contenidos publicados en espacios sociales.

Ruiz de Alarcón, 23
28014 Madrid. España

T: +34 913 30 28 60 / 23 73 / 29 60
area.comunicacion@museodelprado.es
press@museodelprado.es
www.museodelprado.es

Para un mayor control del vocabulario empleado para la descripción de los objetos, se ha implementado una ontología OWL propia para el proyecto semántico del Museo del Prado y para cada uno de los objetos mencionados.

Todos los contenidos de esta nueva web están representados y publicados según los estándares del W3C para la web semántica y como promueve el *Linking Open Data Project* para promover la publicación y enlazado de datos en la web. Estos metadatos semánticos generan un grafo de conocimiento unificado que es explotado en primera instancia en la propia web a través de los sistemas de interrogación y recomendación, ofreciendo a los usuarios una experiencia de usuario mejorada.

Ruiz de Alarcón, 23
28014 Madrid. España

T: +34 913 30 28 60 / 23 73 / 29 60
area.comunicacion@museodelprado.es
press@museodelprado.es
www.museodelprado.es

Relación de imágenes

Capturas de pantalla nueva web del Museo Nacional del Prado

1. **Ficha de obra.** La nueva estructura por módulos de la web ofrece una respuesta adaptada a los intereses del usuario, sugiriendo contenidos relacionados como vídeos, conferencias, actividades, etc.
2. El **buscador facetado** permite explorar la colección del Museo bajo nuevos puntos de vista. A través de diferentes filtros los usuarios podrán descubrir elementos incluidos en las obras, como fauna, flora, objetos o personajes representados, entre otras opciones.
3. La sección **Mi Prado** invita a los usuarios a guardar sus obras favoritas, agruparlas en recorridos y compartirlas en las distintas redes sociales
4. La imagen de las obras en alta calidad protagoniza el nuevo diseño de la **home**, invitando al usuario a explorar las colecciones del Museo

Ruiz de Alarcón, 23
28014 Madrid. España

T: +34 913 30 28 60 / 23 73 / 29 60
area.comunicacion@museodelprado.es
press@museodelprado.es
www.museodelprado.es