

# CONGRÈS

SOCIÉTÉ DES MUSÉES  
DU QUÉBEC

+ COLLOQUE

2017

## Mise en exposition : conception et design

PLUS DE 250 PARTICIPANTS SE SONT RÉUNIS À MONTRÉAL, DU 26 AU 28 SEPTEMBRE 2017, AFIN DE PRENDRE PART AU CONGRÈS ANNUEL DE LA SOCIÉTÉ DES MUSÉES DU QUÉBEC (SMQ) ET AU COLLOQUE *MISE EN EXPOSITION : CONCEPTION ET DESIGN*. VOICI UN RÉSUMÉ DES COMMUNICATIONS PRÉSENTÉES LORS DU COLLOQUE DU MERCREDI 27 SEPTEMBRE ET DU JEUDI 28 SEPTEMBRE.

» Programme complet

## Mercredi 27 septembre

### CONFÉRENCE D'OUVERTURE

#### Humour et dérision dans les expositions scientifiques

**CHRISTOPHE DUFOUR**, ancien directeur, Muséum d'histoire naturelle de Neuchâtel, membre du jury, Prix du Musée européen de l'année (EMYA)

Christophe Dufour considère l'humour comme un instrument de médiation pour des sujets délicats, complexes et qui ne remportent pas, d'emblée, l'adhésion des publics. C'est une manière de déstabiliser et de créer la surprise. Cela soulève tout de même quelques questions : son usage engendre-t-il une perte de crédibilité? Est-ce exportable, transférable d'une culture à une autre? Est-ce une arme de médiation à double tranchant, une interférence avec le message expographique?

Différents dispositifs ont été déployés dans le cadre de l'exposition *Manger, la mécanique du ventre*, pour alléger un sujet aussi scientifiquement complexe et socialement tabouisé que la digestion. De la bouche à l'anus, avec son autonomie sonore et ses odeurs, ce sujet se prête bien à l'humour. Les stratégies adoptées sont parfois simples, comme l'utilisation de jeux de mots tels « Les jolies colonies du côlon », l'utilisation de sons liés à la digestion pour créer une ambiance de salle unique, des questions inscrites à la craie sur des ardoises, ou encore des dessins enfantins pour illustrer divers phénomènes de la digestion. D'autres sont parfois plus complexes, comme cette collaboration avec le groupe des Petits chanteurs à la Gueule de Bois qui a créé *Le rap d'Hannibal le bothriocéphale* et le chant révolutionnaire *La Bactérienne*. L'expérience a démontré que ces stratégies facilitent la mémorisation et la compréhension par le truchement du rire.

Entre la pondaison des mouches sur les cadavres d'animaux, le microbiote intestinal ou Louis Agassiz, un savant du 19<sup>e</sup> siècle ayant depuis longtemps sombré dans l'oubli collectif, il n'y a pas de « sujet perdu » pour Christophe Dufour.

De cette conférence, retenons trois conseils à l'usage des professionnels de la muséologie :

- 1) Oublier son langage d'experts / scientifiques et adopter plutôt celui de la vulgarisation;
- 2) Chercher à créer un lien affectif avec les visiteurs;
- 3) Aller chercher à l'externe les talents – musiciens, acteurs, réalisateurs!

## POUR DISCUTER DES TENDANCES ICI ET AILLEURS...

**JUSTINE G. CHAPLEAU**, muséologue, chargée de production interactive, Office national du film

**CHRISTOPHE DUFOUR**, ancien directeur, Muséum d'histoire naturelle de Neuchâtel, membre du jury, Prix du Musée européen de l'année (EMYA)

**LAURENT MICHEL TREMBLAY**, scénographe

De cet échange portant sur les tendances dans le domaine des expositions muséales, relevons quatre points :

1. L'émotion est un catalyseur important à exploiter : il permet d'engager le visiteur dans l'apprentissage et pose son empreinte sur la mémoire.
2. Toucher est le « nouveau luxe » de l'expérience muséale : comme cette sculpture de glace au Musée canadien de la nature que l'on peut toucher et qui se régénère d'elle-même continuellement.
3. L'innovation n'est pas nécessairement technologique : elle se définit par le changement de point de vue ou de ton adopté dans les dispositifs ou encore, par celui qu'elle induit dans le comportement du visiteur. L'innovation doit être portée par un message, à l'exception des lieux d'art contemporain, où l'innovation existe pour elle-même et peut devenir une source d'inspiration pour les autres institutions.
4. Travailler en équipe : diversifier les horizons professionnels afin d'enrichir les discussions et de multiplier les points de vue. Il ne faut pas oublier que la dérive des idées permet l'éclosion d'initiatives créatives. Si la sous-traitance permet d'ouvrir l'institution à de nouvelles compétences, il importe de préserver un « noyau dur » autour duquel gravitent d'autres personnes, jeunes, polyvalentes, issues de différents milieux, etc. L'équipe interne quant à elle doit garder la flexibilité qui lui permettra de changer d'idée à n'importe quelle étape du processus.

## LES TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES POUR TOUCHER LES SENS ET FACILITER LA COMPRÉHENSION

### 1. Explosion 67: le virtuel au service du réel

**CATHERINE CHARLEBOIS**, muséologue, Centre d'histoire de Montréal

**ANTONIO PIERRE DE ALMEIDA**, réalisateur

Le Centre d'histoire de Montréal fait de l'exposition de l'histoire orale sa démarche prioritaire. Pour relever les défis soulevés par l'intégration des technologies numériques dans l'exposition Explosion 67, l'équipe de réalisation a poussé l'expérience immersive au maximum en exploitant l'angle de l'histoire orale et ainsi « faire vivre l'expérience d'Expo'67 comme si on y était ». De plus, la parole des jeunes de l'époque a été retenue comme fil conducteur. Des photos de très grand format des fameux passeports et une mise en espace symbolisant une boîte crânienne, demeure de la mémoire, servent d'ancrage visuel au concept scénographique.

Le scénario de départ a été limité à des orientations priorisant un cheminement critique inductif flexible afin de le faire évoluer en se laissant guider par les témoignages recueillis en énorme quantité. Une véritable jonglerie s'est donc installée, entre la scénographie et les outils technologiques, tout comme entre les membres des différentes équipes – celle du musée et les consultants externes. C'est une coordination serrée qui en a garanti le succès. Les questions concernant le meilleur usage des technologies revenaient constamment : pourquoi, comment, avec quel budget, naturellement. Par ailleurs, la consultation continue avec les équipes, notamment celle de la programmation informatique, a permis de régler des problèmes, comme celui de l'utilisation des dispositifs par les guides-éducateurs, très différente de celle prévue en visite libre.

La principale leçon découlant de cette exposition demeure la possibilité d'apprendre sans s'en rendre compte, ou de passer par le divertissement pour favoriser l'apprentissage.

## 2. Nouvelles narrations, nouvelles expériences

**DAVID DUFRESNE**, auteur et réalisateur de documentaires interactifs

Créateur de *DadaData* et de *Fort McMoney*, David Dufresne cherche à unir ses efforts et son imaginaire avec le langage de l'exposition. Le documentaire interactif apparaît, selon lui, comme un médium intéressant que le musée pourrait exploiter davantage. Grâce au Web, un nouveau type de documentaire est en plein essor. Alors que le documentaire traditionnel est linéaire – avec un récit lié et confiné au temps chronologique – le documentaire interactif est « délinéaire », c'est-à-dire éclaté et lié à l'espace; l'espace de l'immersion, de la promenade, de la déambulation. Il se déploie grâce à l'hypertexte et la participation de l'utilisateur. Sans l'action du visiteur – qui recherche dans l'image des contenus (informations) et clique sur des hyperliens – non seulement le contenu restera inaccessible, mais le visiteur « n'avancera » pas dans le parcours. Ce faisant, aucune histoire ne lui sera racontée.

Pour David Dufresne, les récits documentaires sont déployés selon les « chemins du désir », c'est-à-dire qu'ils se modifient en fonction des choix et des clics des visiteurs durant le parcours. Ainsi le récit peut être :

1. En élastique : une trame narrative générale que l'on étire selon nos désirs et dont l'exemple le plus actuel demeure la réalité augmentée.
2. En constellation : un récit totalement déconstruit, mis à part le point d'entrée.

## 3. Et le cachalot prend vie...

**ALICE PIERRE**, directrice générale, Musée de la Mer

C'est la carcasse d'un cachalot échoué sur une plage qui a donné naissance au projet numérique *Et le cachalot prend vie* réalisé par le musée situé aux Iles-de-la-Madeleine.

Ce projet a permis à l'équipe de relever de nombreux défis et Mme Pierre a décidé de partager les recommandations qui en découlent :

1. Pour trouver la complémentarité des contenus diffusés, et non leur répétition entre les médiations numériques et celles plus traditionnelles déployées dans et autour de l'exposition, le musée a choisi des dispositifs de réalité augmentée, une application mobile destinée aux publics scolaires et une imprimante 3D accessible aux différents publics.
2. Pour briser la linéarité de la scénarisation, il a fallu multiplier les points de vue sur le sujet. Ainsi, la trame générale du scénario est une quête : retrouver la dent perdue du cachalot, qui manque réellement au squelette. Parmi les moyens de faire éclater la linéarité, l'équipe a opté pour la conception de personnages incarnant différentes thématiques : le chasseur, le conteur, le plongeur et l'artiste. Des niveaux d'interactivité ont aussi été intégrés – passif, semi-passif et actif – afin d'offrir plus de choix aux visiteurs/usagers.
3. Compte tenu de la nature évolutive du scénario, qui s'inspire des commentaires des utilisateurs pour améliorer l'application, il importe de choisir le bon matériel en fonction de sa disponibilité, de sa durabilité et de sa flexibilité par rapport au projet.
4. Si les compétences au sein de l'équipe sont limitées en matière d'utilisation des outils numériques, il est essentiel de planifier la formation de l'équipe d'animation. Avec le recul, la directrice constate qu'une meilleure intégration des équipes d'animation dès la conception de l'outil aurait été souhaitable.

Une réflexion collective sur les impacts du numérique a suivi. Il en ressort notamment les éléments suivants :

- La nécessité de transcender le « buzz » de la nouveauté;
- Toujours lier le contenu virtuel au réel;
- Devant les tendances technologiques qui évoluent rapidement, la formation continue des professionnels demeure primordiale.
- Il faut être à l'écoute des visiteurs;
- Garder en tête que l'obsolescence programmée est une réalité avec laquelle il faut composer;
- Avoir le courage de perdre du matériel;
- Travailler en équipes multidisciplinaires dès le début du processus;
- Prévoir, dès le début du projet, un codage informatique qui permette le plus possible une adaptation à des projets ultérieurs.

# VALORISATION DES COLLECTIONS ET CONNAISSANCE DES PUBLICS AU CŒUR DE LA MISE EN EXPOSITION

## 1. L'exposition permanente, l'immersion du visiteur et son fonctionnement imaginaire

**COLETTE DUFRESNE-TASSÉ**, professeure titulaire, Maîtrise en muséologie, Université de Montréal

Depuis près de 30 ans, Colette Dufresne-Tassé s'intéresse à l'immersion psychologique des adultes en milieu muséal aussi connu comme le *flow* ou l'expérience immersive. Améliorer le bien-être des visiteurs tout au long du parcours, en facilitant et optimisant leur apprentissage fait partie des objectifs de ses travaux.

L'immersion psychologique ne doit pas être confondue avec l'immersion physique. Elle est un processus mental vécu par le visiteur que la chercheuse définit comme :

« [le] résultat d'une fascination soutenue pour ce que le visiteur observe. Cette attention vive et prolongée suscite des fonctionnements cognitif, imaginaire et affectif, une production de sens si importante et si prenante que le visiteur en oublie le reste. Cette production de sens correspond à un modèle de fonctionnement psychologique du visiteur. »

Elle identifie cinq étapes propres au processus d'immersion :

1. Une réaction appréciative
2. Un écho dans l'univers personnel du visiteur permettant de créer du sens
3. Une information nouvelle qui rend l'apprentissage possible
4. Un questionnement pour lequel le visiteur cherche une réponse dans l'exposition (texte, carte, image, etc.)
5. Retour à l'étape 1.

Quelques principes favorisant le processus d'immersion psychologique dans une exposition :

1. Assurer la cohérence de l'exposition par une relation étroite et pertinente entre ses composantes : objets, textes et muséographie.
2. Marquer clairement l'espace pour chaque sous-thème afin qu'ils soient perçus par le visiteur comme des ensembles autonomes.
3. Offrir de l'information textuelle et iconographique qui contextualise les objets.
4. Donner aux textes un style explicatif plutôt que descriptif ou affirmatif.
5. Rédiger les cartels et les panneaux pour assurer leur complémentarité.

Selon Colette Dufresne-Tassé, les musées ont tout avantage à encourager l'immersion psychologique puisqu'elle contribue à la motivation intrinsèque du visiteur à s'engager dans l'exposition, à y passer du temps et à y trouver du sens.

Pour en savoir plus :

Colette Dufresne-Tassé, « Distinguer une expérience intense courte à propos d'un objet d'art d'une expérience rudimentaire de même longueur », *Canadian Review of Art Education*, 43(1), 2016, p. 7-16.

Colette Dufresne Tassé, « Du visiteur à l'exposition, vingt ans de recherche en éducation des adultes et en action culturelle », *Éducation et francophonie*, Vol. XLIII, 2015, p. 163-179,

## 2. Écouter son public; respecter sa mission

**SYLVIE DURAND**, directrice des programmes, Musée McCord-Stewart

Si écouter son public et respecter sa mission peuvent sembler deux objectifs parfois incompatibles, Sylvie Durand explique comment le Musée McCord-Stewart a choisi de les atteindre dans ses expositions *Notman, photographe visionnaire* et *Expo'67. Rêver le monde*.

Le fonds Notman du musée McCord comporte des milliers de petites photos difficiles à exploiter en exposition. Or mettre en valeur un tel fonds fait partie intégrante de sa mission et une exposition sur ce photographe visionnaire était très attendue des connaisseurs. Toutefois, cela nécessitait un important travail pour en favoriser l'accès au grand public, aux familles et aux publics scolaires. L'enjeu consistait donc d'une part à traiter une quantité astronomique de documents d'archives et, d'autre part, à concevoir des dispositifs de médiation engageants. Ainsi, on a opté pour une mise en espace contemporaine et des installations multimédias ou des dispositifs interactifs offrant une information contextuelle dynamique afin de traduire la notion de modernité au 19<sup>e</sup> siècle.

Contrairement aux défis de conservation posés par cette exposition, *Expo'67. Rêver le monde* se caractérisait

à la base par l'absence de collections. L'angle choisi fut donc celui de la filmographie, notamment par une association avec l'Office national du film pour créer différentes expériences d'immersion, de réalité virtuelle, voire de mapping vidéo. En somme, une mise en exposition sachant doser la présence d'objets réels et d'objets virtuels parvient généralement bien à rejoindre les publics ciblés. Dans cet exercice d'équilibre, les concepteurs doivent toujours garder en tête la mission de leur institution lors de la prise de décisions.

### 3. Développement créatif et préférence des visiteurs

**JEAN-FRANÇOIS LÉGER**, spécialiste du développement créatif, Musée canadien de l'histoire

Spécialiste du développement créatif, Jean-François Léger est entouré d'une équipe provenant d'horizons disciplinaires variés. Ensemble, ils conçoivent et réalisent des expositions renouvelant l'expérience des visiteurs en appliquant la théorie IPOP.

Cette théorie, basée sur les préférences du public, sert de cadre aux réflexions de son équipe. L'acronyme IPOP est formé par la première lettre des 4 composantes du modèle (en anglais) :

- *Idea* : l'anecdote, les concepts, les faits, les statistiques
- *People* : l'empathie, le biographique, la vie d'autrui, le storytelling
- *Object* : l'esthétique, le style, la mise en valeur du trésor
- *Physical* : le somatique, les sens, le toucher, le mouvement, l'immersion, l'interactivité

Le modèle permet d'élaborer le discours et de définir le ton de l'exposition en tenant compte des préférences du public. Une fois le visiteur engagé dans l'exposition, le musée pourra le surprendre et lui permettre de dépasser ses préférences.

Pour en savoir plus : Jérôme Delgado, « [Tenir compte des attentes du public](#) », *Le Devoir*, 21 octobre 2017

## LA SCÉNOGRAPHIE MUSÉALE POUR SUSCITER L'ÉMOTION ET SCULPTER L'ESPACE

### 1. Rafraîchir la mémoire : la muséographie en contexte patrimonial

**PIERRE FAUTEUX**, directeur artistique et président d'Umanium

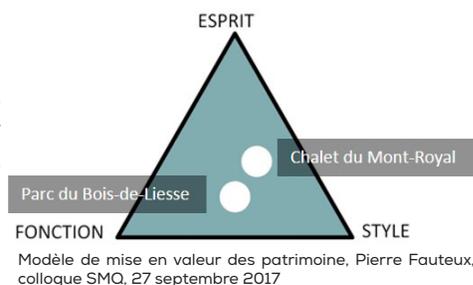
Pierre Fauteux propose une approche de la mise en valeur des patrimoines reposant sur trois axes :

- L'esprit du lieu : fait appel à l'émotion des gens (ex : l'expérience immersive)
- La fonction (socio-historique)
- Le style (histoire de l'art ou de l'architecture)

La place qu'occupe un projet dans le modèle dépend du poids de chaque axe.

L'un des projets conçu avec cette approche est celui du Parc du Bois-de-Liesse. Dans ce cas, la mise en valeur a été axée sur la fonction et le style. Cela se traduit, entre autres, par l'évocation d'un ruisseau, aujourd'hui canalisé, et par une série d'arches alignées. Un jeu de questions-réponses trouve sa place sur les piliers de l'autoroute dans une mise en valeur colorée. Finalement, dans l'érablière du Bois-de-Liesse les dispositifs d'interprétation empruntent la forme de chaudières.

Pour le chalet du Mont-Royal, Umanium a donné davantage de place au style et à l'esprit du lieu dans un dispositif d'interprétation composé de vidéos et de périscopes qui permettent d'observer les tableaux disposés en hauteur dans la salle des pas perdus et de comprendre le contexte historique dans lequel ils ont été réalisés. En terminant, M. Fauteux souligne qu'une fois l'axe choisi, il ne faut pas avoir peur de l'excès.



### 2. Quand l'art contemporain contamine la scénographie

**GENEVIÈVE ANGIO-MORNEAU**, directrice de création, GSM Project

Unifiant la forme et le contenu, le design d'exposition permet au visiteur d'effectuer des allers-retours entre l'espace et le contenu en plus de favoriser l'interactivité.

Pour Geneviève Angio-Morneau, le recours à l'art contemporain inspire la mise en exposition :

- En provoquant un sentiment d'évasion.

- En suscitant la surprise, voire l'émerveillement.
- En mettant en scène une diversité de matières dans les œuvres.
- En limitant le recours aux nouvelles technologies et conséquemment, le budget.
- En utilisant des espaces vides qui permettent au visiteur de déambuler, d'explorer différents points de vue et de réfléchir.

Au Musée Anchrage en Alaska, des stratégies inspirées de l'art contemporain ont été déployées dans la nouvelle exposition pour mettre en valeur l'histoire et l'identité de l'État. Cette identité forgée au fil des décennies est évoquée dans des salles à l'ambiance immersive : l'une submergée par les néons évoquant la ruée vers l'or des années 1890 l'autre où le visiteur peut regarder des paysages peints à l'aide de jumelles panoramiques.

Ainsi, la tendance n'est plus à submerger le visiteur d'informations à lire et d'objets-trésors à voir, mais plutôt à se limiter à l'essentiel pour favoriser chez lui la réflexion et susciter l'étincelle de la curiosité pour aller plus loin.

### **3. Exposer l'authentique : conjuguer conservation, accessibilité et expérience du visiteur. Le cas du Fort Ville-Marie**

**ANNE ÉLISABETH THIBEAULT**, directrice, Expositions-collections, Pointe-à-Callière, Cité d'archéologie et d'histoire de Montréal

Pour le septième pavillon du musée Pointe-à-Callière, trois approches (communicationnelle, architecturale et muséographique) ont encadré la mise en valeur du site archéologique. Ce nouveau pavillon a été inauguré 375 ans après l'édification du fort, sur les lieux même de la fondation de Montréal.

Tout d'abord, l'approche communicationnelle se caractérise par la volonté de créer un dialogue avec les visiteurs, de toucher divers publics et de tisser des liens avec la communauté. En second lieu, l'approche architecturale fait une grande place à la préservation de ce site historique fragile et au respect du quartier dans lequel s'inscrit le nouveau bâtiment. Finalement, les principes de l'approche muséographique résident dans la volonté d'offrir au visiteur une expérience du lieu et de faire en sorte qu'il tisse un lien avec les premiers fondateurs de Montréal, notamment par les fragments d'objets trouvés sur le site. Une muséographie épurée et immersive a été ainsi priorisée.

## **Jeudi 28 septembre**

### **COCRÉATION ET MÉDIATION MUSÉALE AU SERVICE DE L'EXPOSITION**

#### **1. Les possibilités émergentes des technologies d'intelligence ambiante dans la mise en exposition**

**AMÉLIE MASSON-LABONTÉ**, chargée de projets – musées, Réalisations inc.

En biologie, l'autopoïèse définit la capacité d'un système à évoluer en interaction constante avec son environnement. La technologie permet de transposer cette aptitude propre au vivant dans un dispositif expographique.

Selon Amélie Masson-Labonté, l'intelligence ambiante s'inscrit parmi les tendances émergentes de la révolution numérique. Elle est le résultat du déploiement dans l'espace de l'intelligence artificielle. L'intégration de capteurs – programmés pour reconnaître un son, un mouvement, un changement thermique, etc. – permet la collecte de données, dites externes, provenant d'événements extérieurs ou de l'interactions des visiteurs. Celles-ci font évoluer le dispositif muséographique en temps réel. Grâce à cette technologie, il est maintenant possible de faire vivre ici des secousses sismiques qui ont lieu ailleurs sur la planète, au moment même où elles se produisent. On peut aussi provoquer des stimulations olfactives, créer des ambiances sonores ou encore adapter la position des contenus selon le flux de visiteurs.

En plus d'enrichir l'expérience des visiteurs, le recours à l'intelligence ambiante permet de diminuer l'entretien des dispositifs puisque les visiteurs n'y touchent pas. De plus, les données sur les comportements des visiteurs peuvent être récupérées et servir à l'évaluation. Cependant, la façon dont ces données sont collectées nécessite une réflexion éthique et doit se faire dans un cadre qui préserve l'anonymat des visiteurs.

## 2. En trio. Cocréation entre institution muséale, concepteurs d'expo et entreprises

**ÉLISABETH WARREN**, responsable Collections/Expositions, Musée de l'ingéniosité J. Armand Bombardier et  
**CÉDRIC CAMIRÉ**, chef d'équipe au Centre de prototypage pour Bombardier Transport

La conception de la nouvelle exposition permanente *La passion d'innover* a bénéficié de l'expertise des entreprises Bombardier (Transport et Aéronautique) et BRP ainsi que du savoir-faire de GSM Project dans un projet de cocréation lancé par le Musée de l'ingéniosité J. Armand Bombardier.

Cette expérience de cocréation a amené les équipes désignées à relever :

1. Le défi de la séduction. Bombardier a accepté que ses designers participent au projet, en dehors de leurs heures de travail. Le musée a réussi à les convaincre de s'investir bénévolement dans le projet.
2. Le défi de la coordination des équipes. La réalisation du projet dépendait d'une vision et d'objectifs partagés par tous.
3. Le défi du droit de rêver. Monsieur Camiré fait remarquer que les designers de son équipe sont habitués à créer en fonction de contraintes budgétaires liées à la forte compétitivité du domaine. Le musée souhaitait exposer des maquettes de projets futuristes inspirés par le développement technologique.

## 3. Créer avec sa communauté

**MARTINE BERNIER**, responsable des programmes, Jardin Botanique de Montréal | Espace pour la vie

Intégrant sur une base régulière la cocréation à sa méthode de travail, Martine Bernier fait appel à ses collègues, aux publics et aux non-publics des « espaces pour la vie » de la ville de Montréal. Des *Living Lab*, des ateliers, des événements citoyens et des auditions publiques ont donné de belles occasions de dialogues entre eux et avec le personnel du musée. Ce processus a permis l'éclosion de nouvelles idées et, surtout, des rapprochements entre le musée et ses publics (voire des non-publics).

Dans le projet *La Migration du Biodôme*, des citoyens ont été mis à contribution sur la base d'invitations lancées largement dans les réseaux sociaux et dans des lieux variés comme des commerces du quartier. La première étape de cocréation a réuni les experts de l'institution et les différentes équipes d'architectes et de designers. Les citoyens ont été impliqués à la seconde étape. Ces derniers se sont exprimés sur des questions de scénographie, mais aussi sur la façon d'aborder le discours dans l'exposition.

Martine Bernier a insisté sur l'importance du lâcher-prise nécessaire dans tout processus de cocréation. Lors de ces séances, les professionnels du musée guident les citoyens et leur permettent de formuler des propositions qui enrichiront la vision des experts. Elle en conclut qu'en processus de cocréation, le musée doit accepter le risque d'une perte de contrôle, dès le début, s'il veut obtenir de véritables résultats.

## 4. Architecture d'expériences et design du futur

**JONATHAN BÉLISLE**, architecte d'expériences et poète d'interactions

Toujours à l'affut des tendances en matière de nouvelles technologies, Jonathan Bélisle a fondé le Studio *Hello, Architekt!* qui se spécialise dans la réalisation de dispositifs interactifs de médiation culturelle. Son objectif : développer des technologies qui multiplient les interactivités – humains-humains, machines-machines, humains-machines – afin de rendre les usagers actifs, plutôt que réactifs, et d'encourager leur capacité à imaginer, à créer, à construire.

Le projet *Wuxia le renard* valorise la lecture à voix haute. Grâce à un dispositif placé près d'un livre imprimé, le spectateur devient le narrateur d'une vidéo activée par le son et l'intonation de sa voix. À l'image de cet exemple, Jonathan Bélisle est convaincu que l'intégration de ce type technologie dans des lieux comme les musées et les bibliothèques ouvrira un vaste champ de possibles interactifs. La création et la collaboration des usagers à l'aide d'un design d'environnement, comportemental et organisationnel pourraient ainsi voir le jour.

Voici des principes et l'éthique qui guident ses projets :

1. « Le futur de l'informatique est calme ». Ce concept, introduit en 1995 par Mark Weiser et John Seely Brown, induit l'usage de l'informatique en périphérie, ce qui nous informe, mais qui ne nécessite pas notre attention. La technologie doit être au service des humains. En d'autres mots, la technologie ne devrait pas gérer notre attention – à travers des notifications par exemple – comme elle le fait actuellement. L'individu doit dicter à la machine la manière dont il souhaite que son attention soit gérée.
2. Encourager la contemplation de et dans l'espace public par l'utilisation de dispositifs technologiques. Il s'agit

- de créer des moments favorisant un temps d'arrêt pour poser un regard nouveau sur ce qui nous entoure.
3. Exploiter l'intelligence contextuelle : concevoir des systèmes technologiques qui interagissent avec le monde réel.
  4. Prioriser l'usage instinctif des dispositifs.
  5. Veiller à ce que la nostalgie l'emporte sur la nouveauté. La technologie devient un moyen de révéler l'importance de certaines traditions éclipsées par l'usage non réfléchi des technologies, comme le projet *Wuxia le renard*.
  6. L'innovation doit être propulsée par le récit et la « poésie organisationnelle » définie comme étant une manière de développer des dispositifs technologiques pour la création d'œuvres d'art relationnelles ou interactives, de récits, de lieux ou d'espaces à expériences multisensorielles (comme *Wuxia le renard* et *La machine à bienveillance*). Ces dispositifs exercent une influence sur la façon dont notre société en vient à accepter et à intégrer l'innovation.

Les limites éthiques dans les musées ont été abordées lors de la séance d'échanges, notamment lorsqu'il est question d'utiliser des technologies pour observer le comportement des visiteurs. Il existe des dispositifs permettant de conserver l'anonymat des visiteurs et, selon Jonathan Bélisle, le musée pourrait jouer un rôle important pour sensibiliser le public aux usages responsables des technologies.

## DES PROJETS EN PARTAGE : DÉFIS DE CONCEPTION ET DE DESIGN

Dix minutes étaient accordées à 5 membres de la SMQ afin de présenter des défis de conception et de design et de partager les solutions mises de l'avant par leur institution.

### 1. Harald Szeemann : documenta 5, le catalogue comme exposition

**MARIE-HÉLÈNE LEBLANC**, directrice, Galerie UQO

Le défi : mettre en valeur les traces documentaires de l'exposition *Enquête sur la réalité – Imageries d'aujourd'hui* réalisée, en 1972, dans le cadre la 5<sup>e</sup> *documenta* par le commissaire Harald Szeemann, considéré comme le premier commissaire indépendant. Comment exploiter cette mise en abîme ?

La solution : Décomposer l'exposition de 1972 pour recontextualiser le travail du commissaire. Ainsi, avec l'exposition *Harald Szeemann, documenta 5*, la Galerie UQO est devenue un véritable lieu d'expérimentations pour plusieurs étudiants et un sujet de recherche universitaire pour les commissaires Marie-Hélène Leblanc et Mélanie Boucher. Un dispositif minimal et complexe propose une quantité impressionnante d'information. Le recours à un lettrage en vinyle noir découpe l'espace d'exposition et un système de numérotation segmente les thèmes traités.

### 2. Mémoire d'ouvriers. S'appropriier l'espace urbain : défis et perspectives

**VALÉRIE BOURGEOIS**, directrice, Boréal

Le défi : faire en sorte que les gens qui fréquentent l'espace public devant le musée s'approprient les lieux de façon significative.

La solution : une exposition historique le jour et artistique la nuit. Cette exposition extérieure intitulée *Mémoire d'ouvriers* a recours à des matériaux durables et ingénieux, des courts textes basés sur des témoignages et des dispositifs interactifs comme des cubes pivotants servant de trame narrative ou une pergola suggérant le passage de la feuille dans la machine. On a également utilisé de la peinture UV et du lettrage blanc pour les visites nocturnes culminant avec une œuvre spécialement commandée à l'artiste Marc Gosselin. Les installations devaient en outre résister aux intempéries, aux vols et au vandalisme en plus de respecter un budget limité. Ce lieu de passage a ainsi été transformé en exposition captivante qui a suscité la curiosité et l'engagement des visiteurs.

### 3. L'empreinte des visiteurs

**ANNIE BRETON**, directrice générale, Musée de Charlevoix

Le défi : réaliser une exposition temporaire sur l'empreinte des femmes dans la région de Charlevoix à travers trois aspects : les textes, l'iconographie et les objets, tout en évitant les lieux communs.

La solution : baser le discours de l'exposition sur des entrevues menées par le musée auprès d'une dizaine de femmes. La recherche iconographique ayant été difficile, on a lancé un appel à tous. La reproduction des photos ainsi récoltées a joué un rôle important dans la conception du design d'exposition. Des œuvres d'art populaire réalisées par des femmes ont été mises en valeur aux côtés de tabliers et de chaises berçantes, choisis pour

leurs valeurs symboliques. Une des grandes forces de l'exposition a été de susciter des échanges et des réflexions intergénérationnelles.

## 4. Comment susciter la création de contenu par le visiteur?

**MAUD-FRED CÔTÉ-LEBLANC**, agente de développement de produits – Expérience du visiteur, Parcs Canada

Le défi : à trois mois du début de la saison touristique, le lieu historique Sir-George-Étienne-Cartier doit remplacer une exposition démantelée, en comptant seulement sur un employé étudiant. De plus, le public visé se compose d'une diversité des communautés culturelles et le projet doit s'inscrire dans le contexte du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada.

La solution : une exposition interactive intitulée *Rêver un pays* reposant sur une approche de contenu généré par les utilisateurs, inspirée du Web 2.0, et permettant d'aborder des contenus historiques de manière inclusive, ludique et intimement liée au vécu des visiteurs. En 3 ans, 2000 personnes ont ainsi formulé leur vision d'un pays idéal. Elle a également permis de traiter différemment des personnages historiques en les présentant comme des agents de changement. L'équipe a découvert que ce type de projet est un outil puissant pour entrer en relation avec les visiteurs. Enfin, comme le projet intégrait des pratiques exemplaires valorisées par Parcs Canada, il est devenu un projet national en 2017.

## 5. Des spécimens vieux de 100 ans dans un environnement numérique

**MARTIE-CLAUDE-LETARTE**, directrice de la production, Musée de la nature et des sciences

Le défi : renouveler les contenus d'une exposition permanente par l'intégration de technologies numériques.

La solution : dans l'exposition *AlterAnima*, rencontres inusitées, les spécimens sont exposés sans vitrine, ce qui présente certes des enjeux de conservation, mais crée une proximité avec la collection d'animaux naturalisés très appréciée des visiteurs. Pour renouveler la présentation des spécimens, ceux-ci ont été regroupés en 13 catégories animales inhabituelles ou loufoques (par exemple : Bêtes à queue), s'éloignant ainsi d'une classification encyclopédique. Pour contrer le peu de panneaux ou de cartels initialement prévus, l'information complémentaire est proposée dans trois parcours guidés sur support numérique. Des jeux misant sur les capacités d'observation des visiteurs ont également été conçus pour ajouter des contenus. Enfin, le design de l'exposition propose, par des jeux d'éclairage et de mise en espace surprenante, une expérience réussie de visite immersive.

Compte rendu :  
Marilie Labonté et Rébéca Lemay-Perreault,  
candidates au doctorat en muséologie, médiation et patrimoine de l'UQAM

Révision et édition :  
Caroline Émond, chargée de communication, SMQ  
Katia Macias-Valadez, directrice des communications, SMQ