

Le musée d'art du XXI^e siècle, l'émergence de la figure du *digital curator* ?

Pierre-Yves Desaive – Raphaëlle Claude

Musées royaux des Beaux-Arts de Belgique – Bruxelles, Belgique

Résumé

Début 2009, les Musées royaux des Beaux-Arts (MRBAB) ont créé un service transversal, dénommé « Musée numérique », dirigé par des historiens de l'art bénéficiant d'une bonne expertise dans le domaine des technologies de l'information. Cette décision partait d'un triple constat :

- le premier contact du public avec le musée était devenu Internet ;
- le musée devait évoluer face aux nouvelles attentes de visiteurs de plus en plus « connectés » ;
- l'évolution des technologies de numérisation ouvraient de nouvelles perspectives dans le domaine de l'étude, de la conservation et de la restauration des œuvres.

Au regard des évolutions technologiques dans le domaine muséal, la définition du conservateur est amenée à s'élargir et par conséquent, les fonctions du musée lui-même.

Mots clés : conservation, *digital curator*, musée, numérique, transdisciplinarité

Abstract

The Art Museum of the 21st Century : The Rise of the Digital Curator ?

In 2009, the Royal Museums of Fine Arts of Belgium (RFAMB) created a transversal service named « Digital Museum », managed by art historians with a good expertise in the field of information technologies. This decision was based on three observations :

- the first contact with the museum had become the Internet ;
- the museum had to evolve considering the new expectations of « connected » visitors ;
- the evolution of the digitization techniques was creating new perspectives within the field of study, conservation and restoration of the artworks.

Considering the technological evolution within the field of museology, the definition of what is a conservator has got to be broaden, just like the functions of the museum themselves.

Key words : conservation, digital curator, museum, digital, transdisciplinary

* * *

L'origine du service est dû à une initiative du Ministère de la Politique scientifique de lancer un vaste plan de numérisation des collections des dix établissements scientifiques fédéraux belges (DIGIPAT, n.d.). La numérisation des œuvres et objets d'art ne constitue qu'une étape d'un plus vaste projet, visant à apporter une réelle plus-value pour la connaissance des collections (Desaive, 2005). Une réflexion est nécessaire en amont pour organiser, structurer et enrichir les données scientifiques

disponibles en vue de leur saisie dans une base de données (Juanals & Minel, 2016). Dans cette optique, les *digital curators* (conservateurs numériques) se positionnent comme des médiateurs et des testeurs qui donnent du sens à un contenu scientifique, afin de le rendre accessible dans un environnement numérique en tirant parti des atouts fournis par cette transposition (liens entre les œuvres, indexations, corpus iconographique en haute résolution, etc) (Cairns & Birchall, 2013 ; Clatin & al., 2014). Un exemple concret de cette réflexion est la constitution d'une base de données dédiée aux œuvres de Pierre-Paul Rubens présentes dans les collections des MRBAB et dont les notices, très riches, ont été structurées au départ d'une vaste documentation résultant d'un projet de recherche dédié à l'artiste (projet Rubens Online).

Aujourd'hui, l'émergence d'une culture numérique dans le domaine muséal et celui de la préservation du patrimoine rend plus que jamais nécessaire la présence des *digital curators* (Dalbavie & Gellereau, 2016). En 2014, le MoMA (New York), a nommé Fiona Romeo au tout nouveau poste de Director of Digital Content and Strategy (Directeur de la stratégie digitale des contenus) (MoMAPress, 2014) :

Her purview will include MoMA's website, MoMA.org, including the online collection and exhibition subsites; and digital tools and resources, such as mobile applications, digital in-gallery displays.

Ce qui est similaire au projet du Musée numérique des MRBAB (avec des moyens humains et techniques plus modestes) : gestion des sites internet des Musées et des expositions mais aussi des ressources et des outils digitaux pour développer des collections en ligne et des applications mobiles.

La manière de procéder des musées en termes de visibilité doit s'adapter à l'omniprésence d'Internet pour offrir de nouveaux services aux visiteurs-internautes et améliorer l'impact sur leurs visites effectives (Notebaert et al., 2011). Dans cette optique, le service du Musée numérique a développé, en parallèle du site officiel, des sites dédiés à des expositions temporaires de grande envergure, telles que Kandisky & Russia en 2013 ou encore Chagall en 2015. Son rôle est d'agencer l'information en fonction de la scénographie de l'exposition et de son contenu. Les *digital curators* font ici le lien entre musée physique et musée virtuel. Ces sites sont pensés comme des outils pédagogiques, et non uniquement pour communiquer. Toutefois, la fréquentation de ces sites s'est révélée être relativement faible – au contraire des expositions auxquelles ils étaient associés. De ce fait, ce dispositif n'a pas été reconduit. Il peut être complémentaire des expositions, mais n'est visiblement pas une donnée indispensable à leur succès.

D'autres outils multimédias ont été conçus aux MRBAB pour accompagner les expositions temporaires. Fin 2015, l'exposition Une brève histoire de l'avenir, inspirée de l'ouvrage éponyme de Jacques Attali et co-organisée avec le Musée du Louvre, a été l'occasion de créer une application servant de guide du visiteur, téléchargeable sur iOS et Android. Sa conception a été confiée aux *digital curators*, en étroite collaboration avec le commissaire de l'exposition, et réalisée en utilisant un outil mis à disposition par Google pour les membres du Google Art Project, dont les MRBAB sont partenaires. L'application sera prochainement adaptée pour servir la visite des collections permanentes.

Par ailleurs, depuis plus d'un an, les MRBAB sont engagés dans un projet européen, SHAREX (Shared Exhibitions) en partenariat avec la société WallMuse (Paris), et le Greek State Museum of Contemporary Art (Thessalonique). L'objectif est de concevoir des expositions virtuelles qui intègrent, à terme, les collections de divers musées et de les diffuser dans l'espace public, tout en respectant les droits d'auteur. L'équipe du Musée numérique apporte ses connaissances en histoire de l'art et son savoir-faire en

technologie de l'information : choix, importation puis diffusion d'œuvres sur une plateforme en ligne. Les MRBAB ont intégré ces expositions virtuelles dans un environnement multimédia inauguré en 2016, afin de proposer une expérience numérique à ses visiteurs. Le dispositif comprend une table tactile interactive et des projections en haute définition. Il ne vise pas à se substituer aux œuvres physiques mais d'apporter un contenu supplémentaire riche et varié pour chaque nouvelle exposition sans que cela ne gêne le public dans sa visite. Les missions du *digital curator*, complexes, consistent ici à créer et à mettre en forme du contenu sur des supports technologiques imposés (Sandri, 2016) mais également à coordonner une importante équipe technique composée d'informaticiens et de spécialistes du multimédia, jouant le rôle d'interface entre le visiteur et les fournisseurs de solutions techniques.

La transdisciplinarité est donc au centre de tous les projets menés par le Musée numérique, puisque les *digital curators* sont avant tout des historiens de l'art, et non des informaticiens. La collaboration mise sur pied avec la société Lumière Technology (Paris) pour numériser avec une caméra multispectrale très haute résolution des échantillons représentatifs de la collection des MRBAB en est une illustration. Le Musée numérique joue ici son rôle consistant à inviter la technologie pour servir les fonctions du musée (dans ce cas précis, la conservation). Toutefois, l'interprétation de ces données très riches et complexes nécessite l'apport d'autres scientifiques, dans le domaine de l'informatique notamment (partenariat mis sur pied avec diverses universités).

L'équipe du Musée numérique est composée de conservateurs d'un nouveau genre, qui gèrent une collection virtuelle en ligne, développent des projets de recherche à la croisée de l'art et de la technologie, et conçoivent des outils numériques mis à la disposition des visiteurs, tant physiques que virtuels. Cela contribue à l'apparition d'une nouvelle muséologie, celle d'appréhender l'art à partir d'un point d'accès unique par la mise en place du numérique. (Juanals & Minet, 2016). De ce fait, le musée du XXI^e siècle se présente de plus en plus comme un laboratoire, un lieu d'expérimentation des nouvelles technologies, lui permettant de parfaire sa vocation de préservation, de transmission, de valorisation et de médiation de son patrimoine matériel et immatériel. La fonction traditionnelle des conservateurs doit s'adapter et se redéfinir pour pouvoir répondre aux attentes d'un public toujours plus connecté et utilisateur des nouvelles technologies, tout en continuant de produire et de diffuser un savoir scientifique.

Cairns, S., & Birchall D. (2013) Curating the Digital World: Past Preconceptions, Present Problems, Possible Futures | MW2013: Museums and the Web 2013. Page consultée le 6 avril 2017 au <http://mw2013.museumsandtheweb.com/paper/curating-the-digital-world-past-preconceptions-present-problems-possible-futures/>

Clatin, M., Fauduet, L., Oury, C., & Tramoni, J.-P. (2014). Digital curators at work: analyzing emerging professional identities at the Bibliothèque nationale de France (BnF). IFLA World Library and Information Congress, Lyon, France.

Dalbavie, J., & Gellereau, M. (2016). Faire l'expérience de dispositifs numériques de visite et en suivre l'appropriation publique : vers de nouveaux rapports aux œuvres et aux lieux de l'expérience ?. *Études de communication*, (46), 109–128.

Desaive, P.-Y . (2005). Des souris et des œuvres : les musées d'art face au tout numérique. *La Vie des Musées*, (19).

DIGIPAT. (n.d.). Page consultée le 6 avril 2017 au <http://digipat.stis.belspo.be/digipat.asp?id=1&lang=FR>

Juanals, B., & Minel, J.-L. (2016). Les stratégies institutionnelles des musées dans le web de données ouvert : la construction d'un espace muséal partagé en question. *Études de communication*, (46), 17-32.

MoMAPress, Fiona Romeo Appointed MoMA's First Director of Digital Content and Strategy. (2014). Page consultée le 6 avril 2017 au <http://press.moma.org/2014/02/fiona-romeo-appointment/>

Notebaert, J.-F., Pulh, M., Mencarelli, R., Graillot, L., Bourgeon-Renault, D., & Marteaux-Mencarelli, S. (2011). Quelles stratégies pour les musées sur Internet ? Entre « click and mortar » et « mortar and click ». *Management & Avenir*, (44), 147–164.

Sandri, É. (2016). Les ajustements des professionnels de la médiation au musée face aux enjeux de la culture numérique. *Études de communication*, (46), 71–86.