

ACTES DU COLLOQUE : « LES MUSÉES UNIVERSITAIRES & LEURS PUBLICS »

5-7 novembre 2019
ULiège

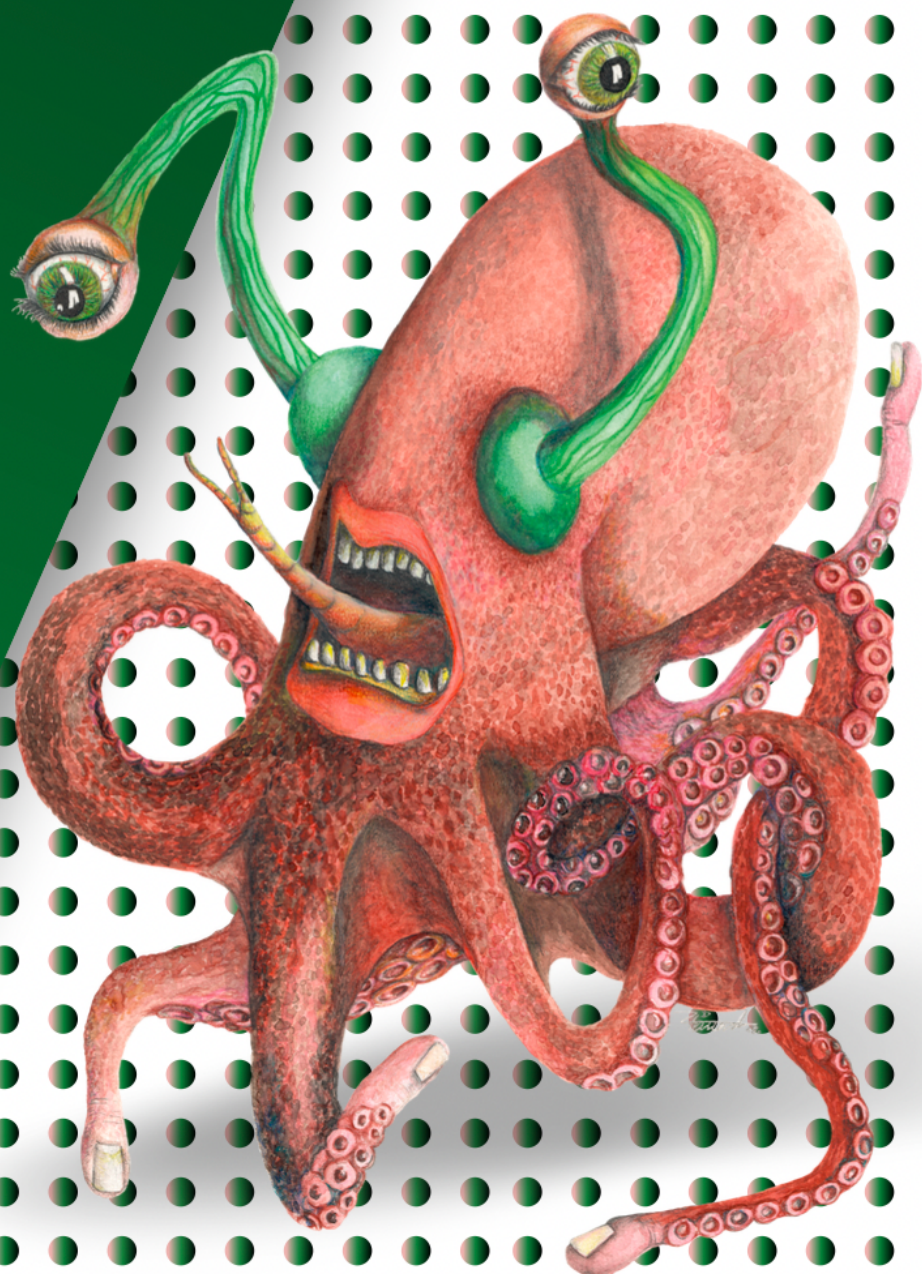
LES CAHIERS DE
MUSÉOLOGIE
Hors-série n° 1

2021

les
cahiers
de

MUSÉOLOGIE

ISSN 2406-7202



SOMMAIRE

Préface

Christine Servais 4-7

Présentation des actes

Manuelina Maria Duarte Cândido 8-13

Allocution de bienvenue et d'introduction au colloque

André Gob 14-17

Conférences

The museum as a platform for public engagement with science

Paul Voogt 19-30

Comment le Musée L, Musée Universitaire de Louvain, ouvert depuis fin 2017, joue-t-il sa partition pour un nouveau concerto : students users friendly ?

Anne Querinjean 31-40

Les musées et collections universitaires comme lieux de formation estudiantine. Le cas du Réseau des Musées de l'ULB

Nathalie Nyst 41-57

Attirer le grand public dans les musées universitaires. L'expérience turinoise

Giacomo Giacobini, Cristina Cilli & Giancarla Malerba 58-73

Les musées universitaires et l'inclusion sociale. Regards sur différents publics

Maria Cristina Oliveira Bruno 74-92

Communications

Le musée acadien de l'université de Moncton (MAUM) : un lieu de formation exceptionnel

Selma Zaiane-Ghalia 94-106

Chercheurs, médiateurs et musées universitaires : une relation à (dé)construire, des pratiques à systématiser

Thomas Beyer, Mélanie Cornelis, Benoit Durieu & Valentina Savaglia 107-116

- Vikings alive! *Film in the university museum: research communication or reinforcing popular myth?* 117-128
Ellen Marien Næss & Martin Hager-Saltnes
- Quel marketing pour les musées universitaires ? L'exemple du MUMONS, le musée de l'Université de Mons* 129-136
Aline Mysselin & Kevin Troch
- Internationalisation and marketing strategies for university museums* 137-147
Chiara Bartolini
- Une autre sorte d'expographie : le Musée D. João VI de l'École des Beaux-Arts de l'Université fédérale de Rio de Janeiro et sa « réserve exposée »* 148-157
Marize Malta
- Museu do Ipiranga: challenges of a museum outside the walls of the university* 158-168
Isabela Ribeiro de Arruda & Denise Cristina Carminatti Peixoto
- The role of exhibition curators in developing inclusive university museums: imagined audiences and modes of engagement in the process of creating the new permanent exhibition at the University of Tartu Natural History Museum* 169-179
Reet Mägi, Krista Lepik & Pille Pruulmann-Vengerfeldt
- The University of Cambridge Museums: working in partnership to address social and cultural inclusion in one of the UK's most unequal cities* 180-192
Miranda Stearn & Liz Hide
- Overcoming entry barriers: a mobile university museum as a vehicle for inclusion* 193-203
Annelies Van de Ven & Sharyn Volk
- University museums, inclusion and territory: a case study of Espaço do Conhecimento UFMG* 204-218
Alice Demattos Guimarães, Sibelle Cornélio Diniz & Bárbara Freitas Paglioto
- Come in: Science lives here! The experience of the Casa da Ciência with the popularization of science for different audiences.* 219-229
Lívia Mascarenhas de Paula, Renata Zappelli Marzullo & Luciane Correia Simões

Regard des étudiants

Réflexion sur la médiation culturelle à partir des interventions du colloque des « Musées universitaires et leurs publics » : en quoi le Réseau des musées universitaires de l'Université libre de Bruxelles participe-t-il à construire du « lien vivant » par la médiation culturelle ? 231-236

Léa Di Francesco

Musée universitaire : acteur d'inclusion et de mobilité sociale ? 237-242

Milan Thomas

Impliquer le public dans le processus de médiation : focus sur le concours « STIC Jam » du Musée L 243-247

Christophe Vandromme

PRÉFACE

« Pour quoi faire ? »

« Les musées universitaires et leurs publics » : voilà un intitulé de colloque qui compte beaucoup de pluriels pour un même objet d'étude. Et ce n'est à l'évidence pas une simple posture scientifique de la part d'organisateur voulant manifester par là leur ouverture à la multiplicité des points de vue ou des propositions théoriques. Au contraire, les musées universitaires présentent une diversité de collections, de fonctions, de cadres architecturaux, etc., qui défient tout classement sans reste. Ils sont généralement le résultat quelque peu chanceux de collections historiquement rassemblées par des naturalistes globe-trotteurs, par des chercheurs passionnés, des amateurs d'arts ou de manuscrits, des pédagogues éclairés, ou encore de legs ou d'achats réalisés à différentes époques et pour différents objectifs. La plupart des musées universitaires sont d'ailleurs des consortiums récemment créés à partir d'une pluralité de musées préexistants, l'ensemble de leurs collections se trouvant réunies à la croisée du chemin qui les constitue en musées universitaires.

Car, comme le rappelle André Gob, si ces collections ont initialement été rassemblées par des savants pour des savants, et conservent à ce titre la mémoire d'écoles scientifiques parfois très anciennes, il reste qu'entretemps l'Université a changé. Ses missions s'étant étendues, au-delà de la recherche et de l'enseignement, à une mission « sociétale » de « service à la communauté », les musées universitaires ont de fait à se redéfinir par rapport à leurs publics, qui se trouvent désormais aussi en dehors de l'Université. Ils se donnent alors pour mission d'« élargir leurs publics », ou encore de toucher le « grand public », mais admettons qu'une fois cela dit, on n'a pas encore dit grand'chose.

S'il n'est pas possible de synthétiser l'immense diversité des musées universitaires, de leurs collections, de leurs fonctions et intentions, des publics auxquels ils sont susceptibles de s'adresser, de leurs manières de faire ou de se concevoir, sans doute en réalité n'est-ce pas nécessaire. Car en-deçà de l'inventaire non raisonné de ces critères apparaissent, dans les questionnements que ces musées adressent à leurs institutions, à leur public et aux chercheurs que nous sommes, des lignes de fractionnement. Et ce sont elles, sans doute, qui doivent nous interpeler.

En effet, les musées universitaires, dans la mesure où ils sont liés à des institutions de conservation et de transmission de savoirs, clarifient les enjeux propres à l'ensemble des musées.

La transmission par exemple peut être imaginée en directions des pairs (formation des étudiants) et des non pairs, dans un objectif de vulgarisation ou de démocratisation de la culture au sens large. Et si l'on s'en tient à cette dernière, une exposition peut tout aussi bien être imaginée à des fins pédagogiques d'apprentissage de l'histoire des sciences, de l'art ou des techniques, que, s'agissant de collections anthropologiques par exemple, à des fins sociales voire même politiques (ou « infra-politiques ») lorsque l'occasion est ainsi donnée à une population minoritaire de s'identifier, de se réapproprier son histoire et de comprendre, par l'exhibition d'objets de sa propre culture, comment celle-ci a été traitée en objet de science et non en simple culture digne de respect. Une telle collection porteuse de cicatrices socio-historiques, à l'instar de celle du Musée archéologique et ethnologique de l'Université de São Paulo présentée ici, ne pourra jamais être regardée de la même manière par les différents groupes culturels, qui mobiliseront selon les cas tantôt un registre cognitif, tantôt un registre familier, éthique, esthétique ou, comme on l'a dit, politique.

On voit donc qu'un musée universitaire ne peut se définir en dehors du rôle qu'il entend jouer et, *ce faisant*, du rôle qu'il entend faire jouer au public, ce qui signifie à la fois la manière dont il se représente son public et le rôle qu'il entend lui laisser jouer par rapport à cette image construite. Et sans doute est-il, pour des raisons qu'on verra plus loin, forcé de clarifier ces images et ces rôles bien davantage que les autres musées.

Si l'on prend un second exemple en effet, celui des musées de science, on constatera que très souvent ceux-ci cherchent à impliquer leurs visiteurs dans les processus scientifiques, à les informer sur les méthodes plutôt que sur les faits obtenus par ces méthodes, et même à les leur faire expérimenter plutôt que de leur en donner une simple explication. C'est que l'« engagement » et l'« expérience » sont désormais au cœur des préoccupations muséales.

Ces dernières décennies ont vu la question des publics devenir centrale pour les institutions culturelles, celles-ci étant partagées, comme on sait, entre leur élargissement (il faut « faire venir les gens », s'ouvrir au « grand public ») et leur qualité (il faut identifier des publics spécifiques et leur adresser des dispositifs *ad hoc*), avec la plupart du temps une ambiguïté quant aux objectifs poursuivis, impératifs de rentabilité et de démocratisation se confondant de manière parfois peu discernable. De là peuvent naître des conflits entre services de médiation et services de conservation, où la question du rôle du musée, de l'identité professionnelle des agents et de la conception des publics (capables ou incapables, pour faire court) peuvent faire l'objet de vives tensions. La question de la culture au sens large, en se centrant toujours davantage ces dernières années sur les récepteurs, a conduit à faire aujourd'hui de l'« expérience de visite », c'est-à-dire de la dimension la plus individuelle et la plus insaisissable des publics, l'objet de toutes les attentions, et ce tant du côté des services marketing, qui y voient un facteur d'attractivité, que du côté des services

de médiation, pour lesquels l'expérience, avec tout ce qu'elle charrie comme possibilités de déplacements et de transformations, représente la réussite de leurs dispositifs, voire un facteur d'émancipation ou d'empowerment. L'expérience du visiteur se trouve ainsi au cœur des potentiels conflits évoqués plus haut, entraînant avec elle des questions sur les finalités du musée, de ses collections et de ses dispositifs d'exposition.

C'est pourquoi les enquêtes sociologiques classiques sur les publics (âge, lieu de résidence, niveau scolaire, habitudes culturelles, moyen de transport etc.) sont aujourd'hui jugées par les sociologues de la culture comme insuffisantes pour rendre compte des publics d'une institution muséale, les « non-publics » n'étant plus considérés de manière essentielle mais bien circonstancielle : on peut être public d'un musée et non public d'un autre, non public entre 30 et 45 ans et public ensuite, voire même alternativement public et non public au cours d'une même visite. Ce qui définit ici le public n'est plus sa seule fréquentation du musée mais son engagement dans le rôle de visiteur : de ce point de vue, la famille visitant un musée d'histoire naturelle et s'extasiant devant le squelette de baleine bleue ou de dinosaure, s'engage dans son rôle de simple *spectateur* aussi bien que, visitant le Palais de la découverte, elle s'engagerait dans son rôle d'*acteur*.

Les musées proposent, à travers les dispositifs qu'ils mettent en place, des formes d'engagement (des rôles à tenir), que les visiteurs vont ensuite assumer ou non, et avec lesquelles ils vont négocier, comme on l'a vu avec l'exemple du Musée archéologique et ethnologique de l'Université de São Paulo. Et c'est la possibilité même de cette négociation qui, en réalité, rassemble toutes les contradictions, les questionnements et difficultés des musées qui, comme les musées universitaires, entendent remplir un rôle de transmission de savoirs. Car, à la différence des musées d'art, par exemple, les musées universitaires clarifient les divisions sociales et politiques à l'œuvre dans une société donnée : si l'art peut surgir de n'importe où (de la rue, de l'hôpital, de la prison) et venir bouleverser les institutions culturelles, ce n'est pas le cas de la science, qui se fait à l'Université selon les règles enseignées à l'Université. Transmettre les savoirs fabriqués depuis des siècles à et par l'Université signifie donc y faire entrer les gens, d'une manière ou d'une autre. Dans ce contexte, que reste-t-il pour eux à négocier ? Précisément : leur place et leur rôle social.

C'est pourquoi on ne s'étonne finalement pas de trouver, parmi les fonctions revendiquées par certains musées universitaires, *a priori* pourtant lieux de reproduction sociale au carré, une fonction d'inclusion sociale. Il ne s'agirait alors pas seulement de faire comprendre aux publics les résultats de la science ni même ses méthodes, mais aussi de leur faire comprendre qu'ils sont capables de la comprendre et capables, eux aussi, de la faire. Leur proposer de mettre en œuvre des actes et des procédures spécifiques à la fabrication de savoirs scientifiques, comme le fait par exemple le Musée mobile de l'Université de

Melbourne en amenant les publics à authentifier et à dater des poteries trouvées par des chercheurs, leur donne accès à des compétences spécifiques ; pour utiliser le langage de Rancière, ce dispositif redistribue *de facto* les capacités, et répartit autrement les espaces propres à chacun : dans ou hors de l'université.

Christine Servais

PRÉSENTATION DES ACTES

Le patrimoine culturel universitaire et la société¹

Les universités sont des foyers de découverte et de diffusion de nouvelles connaissances. Plusieurs agents contribuent à cette production et à cette effervescence, tels que les étudiants, les enseignants, les chercheurs et les employés, ainsi que d'autres utilisateurs de ces espaces. Bien que les universités peuvent également être des sites de production de la non-existence (Santos, 2011), de la légitimation des asymétries entre les savoirs et de l'épistémicide, une autoréflexivité vigilante peut être un facteur important pour empêcher ces institutions de provoquer l'étouffement des savoirs non académiques. Dans la dynamique des actions et de la production du savoir des universités, des objets et des collections sont créés et accumulés, des paysages sont transformés et le patrimoine immatériel est enrichi.

La construction et l'accumulation des connaissances passent également par la préservation et la transmission des choses (Ingold, 2016) qui sont produites ou transformées dans ce processus. Ce n'est pas un hasard si les musées universitaires figurent parmi les plus anciens musées du monde, tels que l'Ashmolean Museum, fondé en 1683 à l'Université d'Oxford en Angleterre. Ce musée et bien d'autres, comme le Musée national de l'Université fédérale de Rio de Janeiro, au Brésil, font actuellement l'objet, pour diverses raisons, de profondes rénovations.

L'organisation en réseaux a donné une plus grande visibilité à ces institutions. Nous pouvons souligner la création, au début du XXI^e siècle, du réseau européen UNIVERSEUM (2000) et du Comité international pour les Musées et les Collections universitaires du Conseil international des Musées - UMAC/ICOM (2001). Les collections universitaires, muséalisées ou non, ont été la principale raison pour laquelle l'Institut brésilien des Musées (IBRAM) a insisté pour que le terme « collections » soit inclus dans la Recommandation concernant la protection et la promotion des musées et des collections, leur diversité et leur rôle dans la société (UNESCO, 2015). Malgré la résistance de certains pays² lors de la réunion *d'experts* de mai 2015 qui a défini le texte approuvé en novembre de la même année, l'argument décisif prenait en compte la protection et la promotion des collections universitaires qui ne seraient pas dans le champ d'application de la recommandation si celle-ci ne faisait référence qu'aux musées.

¹ Traduit du portugais (Brésil) par Ana Swartz-Paredes.

² Préoccupés par l'impact sur les collectionneurs privés d'arts et d'antiquités.

Dans bien des cas, une université ne comprend qu'un voire aucun musée, mais possède des dizaines de collections qui, même sans constituer des institutions muséales et dispersées dans ses différents départements, représentent un patrimoine remarquable et diversifié, très utilisé dans les activités d'enseignement et de recherche, et parfois même dans des actions de diffusion vers le public extérieur. Avec la recommandation susmentionnée, « Les États membres sont encouragés à soutenir la fonction sociale des musées, comme le souligne la déclaration de Santiago du Chili de 1972 ». Le document indique aussi que les collections « lorsqu'elles sont hébergées dans des institutions autres que des musées, doivent être protégées et valorisées afin de préserver la cohérence et de mieux représenter la diversité culturelle du patrimoine de ces pays. Les États membres sont invités à coopérer à la protection, la recherche et la promotion de ces collections, ainsi qu'à en favoriser l'accès » (UNESCO, 2015).

Au sein des universités, la mise en réseau renforce la visibilité des musées, des collections et des autres structures liées à la préservation de la mémoire institutionnelle et à la diffusion des savoirs. À l'Université de Liège, l'Embarcadère du Savoir, créé en 2006, contribue à la diffusion des sciences et des techniques par l'articulation de trois musées (l'Aquarium-Musée, la Maison de la Science et la Maison de la Métallurgie et de l'Industrie) et de quatre autres structures : l'Observatoire du Monde des Plantes (Espaces Botaniques), Hexapoda (l'Insectarium Jean-Leclercq), Haute-Ardenne et la Société Astronomique de Liège. Cette organisation permet la réalisation d'événements et d'actions de nature transversale. L'Embarcadère du Savoir assure par ailleurs l'inventaire des collections scientifiques de l'Université de Liège, qui compte également deux musées d'art : le Musée Wittert et le Musée en plein air du Sart-Tilman. Les collections universitaires de l'ULiège sont certainement parmi les plus riches de la Fédération Wallonie-Bruxelles, et plusieurs de ses pièces ont été reconnues dans la catégorie de Trésors.

Fort d'une expertise muséologique et scientifique, et d'une connaissance transversale des collections universitaires, l'Embarcadère du Savoir a marqué le bicentenaire de l'Université de Liège avec une exposition « Du poil de mammoth à l'œil du cyclope : 200 bizarreries scientifiques ». L'Embarcadère est actuellement impliqué dans un projet majeur, la création du Pôle Muséal et Culturel de l'Université de Liège, approuvé par son Conseil d'administration en janvier 2020. Cette nouvelle structure contribuera de manière encore plus décisive à la valorisation des collections de l'Université comme sources primaires pour la construction du savoir.

Ce volume a pour but de donner suite aux activités du colloque « Les musées universitaires et leurs publics » réalisé par l'Embarcadère du Savoir du 5 au 7 novembre 2019. Nous remercions les auteurs et autrices qui ont confié leurs textes et réflexions à l'équipe de l'Embarcadère du Savoir. Les actes débutent par l'allocution de bienvenue et d'introduction

au colloque par André Gob. Elle est suivie par les contributions de cinq conférenciers d'horizons géographiques différents. Les textes sont en anglais ou en français, selon la langue initialement utilisée par chacun lors du colloque.

Nous remercions également le rôle joué par Christine Servais, Vice-Doyenne à l'enseignement de la Faculté de Philosophie et Lettres de l'Université de Liège par son généreux préface et les échanges très pertinentes pendant l'organisation du colloque et de ces actes. En tant que professeure au département Médias, Culture et Communication elle a également impliqué ses étudiants en Médiation culturelle dans la fréquentation du colloque, proposant même des travaux de réflexion à son sujet. Le lecteur.trice trouvera les résultats sélectionnés par elle et son assistante, Caroline Wintgens, à la fin de ce volume sous la rubrique « regards des étudiants ».

Entre les conférences nous avons réuni ici cinq articles, dont :

- Paul Voogt, Directeur du Musée de l'Université d'Utrecht aux Pays-Bas, formule une réflexion sur le musée en tant que plateforme d'engagement du public avec la science, tout en présentant le projet de rénovation réussi de ce musée, créé en 1928.
- Anne Querinjean, Directrice du Musée L, ouvert en 2017 à Louvain-la-Neuve, s'exprime sur la relation particulière du musée avec les publics d'étudiants universitaires et de chercheurs.
- La formation des étudiants universitaires est également au centre de l'intérêt de la conférence présentée par Nathalie Nyst, Coordinatrice du Réseau des Musées qui existe depuis 2003 à l'Université Libre de Bruxelles (ULB).
- Giacomo Giacobini présente, avec ses collègues Cristina Cilli et Giancarla Malerba, du *Sistema Museale di Ateneo* (système muséal de l'Université de Turin, en Italie), une réflexion sur le défi d'attirer le grand public au musée universitaire.
- Maria Cristina Oliveira Bruno, du Musée d'Archéologie et d'Ethnologie de l'Université de São Paulo, met en évidence dans son texte les aspects liés à l'inclusion sociale dans le contexte des musées universitaires, sur la base de son expérience au Brésil.

Cet ouvrage présente ensuite les textes complets de douze des communications présentées, à savoir :

- *Chercheurs, médiateurs et musées universitaires : une relation à (dé)construire, des pratiques à systématiser* de Thomas Beyer, Mélanie Cornelis, Benoît Durieux et Valentina Savaglia, est un texte où les auteurs évaluent les relations entre les chercheurs et les musées universitaires, qui leur semblent encore peu explorées ;
- Selma Zaiane-Ghalia nous fait découvrir le Musée acadien de l'Université de Moncton (MAUM) comme lieu de formation, notamment pour les futurs

- gestionnaires de la culture, en analysant en détail les stratégies utilisées dans le cadre de son cours « Loisir et Culture » ;
- Ellen Marien Naess et Martin Hager-Saltnes, du Viking Ship Museum de l'Université d'Oslo, sont les auteurs du texte *Vikings alive! Film au Musée universitaire : communication de la recherche ou renforcement du mythe populaire ?* Ils y présentent leur travail dans le musée le plus visité de Norvège et l'utilisation de films comme stratégie pour attirer et engager les visiteurs ;
 - L'exemple du Musée de l'Université de Mons (MUMONS) est analysé dans le texte *Quel marketing pour les musées universitaires*. Aline Mysselin et Kevin Troch s'expriment sur le musée en tant que vitrine de l'Université et sur les stratégies de *marketing* qui peuvent renforcer ce rôle ;
 - Un autre texte s'intéresse également à la réflexion sur le *marketing* des musées universitaires et résulte de la thèse de doctorat de Chiara Bartolini de l'Université de Bologne : *Internationalisation et stratégies de marketing pour les musées universitaires*. Elle conclut que la communication dans les musées universitaires n'est que partiellement liée au fait qu'ils font partie d'une université ;
 - Dans le texte *Une autre sorte d'expographie: le Musée D. João VI de l'École des Beaux-Arts de l'Université fédérale de Rio de Janeiro et sa « réserve exposée »*, Marize Malta présente une manière très particulière de présenter les collections, puisque tous les espaces de ce musée ont été transformés en une réserve visitable, dans le but de garder l'ensemble de la collection disponible pour des fins didactiques auprès des étudiants de l'université ;
 - *Museu do Ipiranga: challenges of a museum outside the walls of the university*, de Isabela Ribeiro de Arruda et Denise Cristina Carminatti Peixoto, présente les défis de l'action éducative dans un musée fermé pour rénovation. Cherchant une action dialogique avec ses différents publics, l'institution s'efforce de se montrer ouverte, malgré ses portes fermées ;
 - Reet Mägi, Krista Lepik et Pille Pruulmann-Vengerfeldt s'expriment sur *The Role of Exhibition Curators in Developing Inclusive University Museums: Imagined Audiences and Modes of Engagement in the Process of Creating the New Permanent Exhibition at the University of Tartu Natural History Museum*. Elles présentent ici les résultats de leurs recherches sur les représentations que les conservateurs se font du public de l'institution et la manière dont celles-ci se traduisent dans la conception des expositions ;
 - *The University of Cambridge Museums : working in partnership to address social and cultural inclusion in one of the UK's most unequal cities* est un texte de Miranda Stearn et Liz Hide qui explique comment un consortium de huit musées et le jardin botanique de l'Université de Cambridge font face aux profondes inégalités sociales dans leur environnement ;

- Dans *Overcoming entry barriers: a mobile university museum as a vehicle for inclusion*, Annelies Van de Ven et Sharyn Volk présentent et analysent l'expérience d'un musée mobile qui circule avec des collections formées par des répliques et des objets retirés des collections, ce qui permet de proposer aux écoles rurales en Australie des actions éducatives basées sur ces objets ;
- *University museums, inclusion and territory : a case study of Espaço do Conhecimento UFMG*, de Alice Demattos Guimarães, Sibelle Cornélio Diniz et Bárbara Freitas Paglioto, présente les résultats d'une étude de publics sur les visiteurs de cette institution universitaire au Brésil, et dans quelles mesures les différents profils affectent la pratique culturelle ;
- La dernière communication s'intitule *Come in : Science lives here ! The experience of the Casa da Ciência with the popularization of science for different audiences*. Dans ce texte, Lívia Mascarenhas de Paula, Renata Zappelli Marzullo et Luciane Correia Simões, s'attachent à démontrer comment l'institution, malgré les difficultés inhérentes au contexte brésilien complexe, cherche à faire comprendre à son public, par l'intermédiaire de ses expositions, comment la science est présente dans leur vie quotidienne.

À partir d'un échantillon très varié de typologies de collections, de tailles institutionnelles, d'insertions géographiques et de lieux d'où proviennent les réflexions (enseignants, étudiants et techniciens de différentes universités, par exemple), cet ensemble de communications nous permet de connaître certains défis et potentiels importants communs aux musées universitaires, ainsi que de découvrir des expériences et leur analyse, qui peuvent être source d'inspiration pour d'autres institutions.

Enfin, dans la rubrique « regards des étudiants », on trouve trois textes d'étudiants du Master médiation culturelle, sélectionnés par Christine Servais et Caroline Wintgens, respectivement professeure en communication et assistante :

- *Réflexion sur la médiation culturelle à partir des interventions du colloque des « Musées universitaires et leurs publics » : en quoi le Réseau des musées universitaires de l'Université libre de Bruxelles participe-t-il à construire du « lien vivant » par la médiation culturelle ?* de Léa Di Francesco ;
- *Musée universitaire : acteur d'inclusion et de mobilité sociale ?* de Thomas Milan ;
- *Impliquer le public dans le processus de médiation : focus sur le concours « STIC Jam » du Musée L*, de Christophe Vandromme.

Avec cet ensemble de textes, nous espérons présenter un panorama à la fois large et profond sur la question qui nous a animé lors du colloque, la réflexion sur les musées universitaires et leurs publics, et contribuer à ce que ces institutions soient toujours plus

ouvertes à leurs publics internes et externes, en exerçant tout leur potentiel pour la communication de la recherche et du patrimoine universitaire, tout en étant reconnus comme des espaces d'expérimentation, d'accueil de nouvelles idées, de discussion, de controverses, d'inclusion sociale, d'interface entre le monde académique et la société, et d'éveil de nouvelles aspirations et d'intérêts professionnels.

Manuelina Maria Duarte Cândido
Cheffe du Service de Muséologie de l'Université de Liège
Administratrice à l'Embarcadère du Savoir

Bibliographie

Table ronde de Santiago du Chili. Le rôle des musées dans l'Amérique latine d'aujourd'hui [1972]. *Revista Museum*, vol. 2, [1973], 2012. Disponible sur : www.iber museos.org/wp-content/uploads/2018/10/publicacion-mesa-redonda-vol-ii-pt-es-en.pdf.

DUARTE CÂNDIDO Manuelina Maria, 2016 : « La recommandation de l'UNESCO pour la protection et la promotion des musées et des collections », *Revue Musas*, n° 7, p. 274-276.

INGOLD Tim, 2016 : « La vie dans un monde sans objets », *Perspective* [en ligne], n° 1. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/perspective/6255> (consulté le 28 février 2021).

SANTOS Boaventura De Sousa, 2011 : « Épistémologies du Sud », *Études rurales*, n° 187, p. 21-50.

SILVA, Cibele Montero da, FERNANDES Gabriel, MARANDINO Martha, & SILVA Mauricio Candido da. 2020 : « Dossier Musées universitaires : patrimoine, expériences et réflexions », *Revista CPC*, vol. 15, n° 30, p. 7-11.

UNESCO, 2015 : *Recommandation concernant la protection et la promotion des musées et des collections, leur diversité et leur rôle dans la société*, Paris, UNESCO. Disponible en ligne : https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246331_mul.

ALLOCUTION DE BIENVENUE ET D'INTRODUCTION AU COLLOQUE

Bonjour à toutes et à tous. Permettez-moi tout d'abord de vous souhaiter la bienvenue à Liège - et à l'Université de Liège - au nom de l'Embarcadère du savoir et du Service de muséologie de l'ULiège, les co-organisateur de ces journées qui nous rassemblent ici.

Lorsque le roi Guillaume I^{er} des Pays-Bas - le royaume éphémère qui regroupe, de 1815 à 1830, les actuels Pays-Bas, Belgique et Luxembourg - décide la création de plusieurs universités « modernes » dans cet État nouveau, il puise son inspiration dans les conceptions de l'homme d'état prussien Wilhelm von Humboldt, qui venait de créer à Berlin, en 1809, l'institution qui porte aujourd'hui son nom, *Humboldt Universität*. Cette université moderne, libérale, inspirée des Lumières, veut associer enseignement et recherche : « La particularité des établissements scientifiques supérieurs doit être de traiter la science comme un problème non encore entièrement résolu, qui doit donc toujours faire l'objet de recherches »¹.

Cette conviction repose notamment sur le principe de non-dissociation des idées et du monde, de la pensée et de la nature. L'immatérialité des concepts et la matérialité du monde ne sont pas dissociables. Dans cette perspective, Wilhelm von Humboldt prône la constitution de collections d'histoire naturelle, mais aussi d'art et d'histoire, au sein des universités pour servir d'appui à l'enseignement et à la recherche.

Ainsi, lorsque l'Université de Liège est créée par un arrêté royal de décembre 1816 - les cours commencent en novembre de l'année suivante - elle se dote aussitôt d'un embryon de collection. Le roi lui-même y contribue à partir des collections royales. Cette impulsion initiale ne se démentira pas par la suite. Un des professeurs d'histoire naturelle est explicitement chargé de rassembler et de gérer ces collections. Le premier est l'entomologiste Jean-Théodore Lacordaire², recruté en 1835, explorateur de l'Amérique du Sud entre 1824 et 1832. Il enrichit considérablement les collections dont il a la charge, notamment par des achats comme, par exemple, la collection de poissons rassemblée par

¹ Wilhelm von HUMBOLDT, *Über die innere und äussere Organisation der höheren wissenschaftlichen Anstalten in Berlin*, 1809 ; Johan ÖSTLING, *Humboldt and the modern German University. An intellectual History*, Lund University Press, 2018 ; Hidegard VIIEGG, « Wilhelm von Humboldts Ideen zur Bildung des Menschen : museologische, philosophische und pädagogische Betrachtung » dans *Icofom Study Series*, 2006, p. 178-193.

² Le frère du célèbre prédicateur dominicain Henri Lacordaire. Sonia WANSON, *Historique du Musée de Zoologie*, Liège, 2008, 7 p.

le comte de Castelnau, explorateur en Afrique et en Amérique du sud³. Un des mérites de Castelnau, et de sa collection, est qu'elle est soigneusement documentée par des carnets de notes, illustrés d'aquarelles, reprenant les lieux et conditions de collecte des spécimens⁴. L'achat de collections n'est qu'une des voies d'acquisition et elle reste secondaire en comparaison de l'apport des recherches sur le terrain des professeurs et des chercheurs eux même, en particulier dans les sciences de la nature, mais aussi en archéologie, par exemple. Les dons constituent également une source d'enrichissement des collections universitaires. Ainsi, dans le domaine culturel, le legs que fit le baron Adrien Wittert à l'université en 1903 est à l'origine de la constitution des Collections artistiques de l'Université de Liège, aujourd'hui Musée Wittert⁵.

Un bon exemple d'expédition sur le terrain est le fait du recteur Marcel Dubuisson, professeur de zoologie. Dans les années 1960, il a mis sur pied une campagne de recherche de grande envergure sur la Grande Barrière de Corail en Australie. Avec des moyens importants puisque l'université a pu affréter un navire océanographique propre pour réaliser cette expédition, qui a rapporté plusieurs millions d'échantillons de toutes natures utiles pour les nombreuses recherches entreprises dans ce cadre, mais aussi pour enrichir les collections du muséum de l'université de Liège. Parallèlement, Dubuisson a réorganisé le muséum et y a adjoint un aquarium, dans l'objectif affirmé d'ouverture vers le grand public⁶.

Dans les années 1980, Roger Moreau, à force d'opiniâtreté⁷, crée la Maison de la Science, sur le modèle du Palais de la Découverte. Ce nouvel outil, localisé dans le même bâtiment que l'Aquarium-Muséum, est résolument tourné vers le public scolaire mais organise aussi des séances de démonstration pour un plus large public.

Le recteur Willy Legros, qui a présidé aux destinées de cette université entre 1997 et 2005, s'était fait le propagandiste d'une « culture scientifique qui vaut bien l'autre », pour reprendre le propos d'une exposition de photos scientifiques organisée sous son égide. Pour ma part, je ne vois pas l'intérêt de cette opposition et j'inverserais plutôt la proposition en affirmant que les sciences humaines et les humanités sont aussi des sciences. L'UMAC et Universeum ne réunissent-ils pas tous les musées et collections universitaires sous une

³ Sa collection d'oiseau est achetée, elle, par l'Institut (alors Muséum) royal d'Histoire naturelle de Belgique à Bruxelles.

⁴ Ces carnets, détenus par l'Aquarium-muséum de Liège, ont notamment permis la restauration des spécimens, qui avaient perdu leurs couleurs d'origine.

⁵ Jean-Patrick DUCHESNE, *Le patrimoine artistique de l'Université de Liège*, 1993.

⁶ Sonia WANSON et Christian MICHEL, « L'Aquarium-Muséum », dans *Le patrimoine de l'Université de Liège*, (Carnets du patrimoine, n° 47), 2008 ; Sonia WANSON, e.a., *Coraux sous les Tropiques. De la Grande Barrière d'Australie et d'ailleurs*, Liège, 2014.

⁷ Et après quelques expositions préfiguratives mémorables.

même enseigne, quelle que soit leur nature, ou plutôt les disciplines auxquelles ces institutions se raccordent ?

D'ailleurs, l'essentiel ne réside pas dans les collections et dans leur nature, ni dans les modalités de leur gestion ; l'essentiel c'est, selon moi, de savoir pour qui on les rassemble, à qui elles sont destinées. La perspective humboldtienne que j'ai évoquée y voyait, avant tout, un outil pour l'éducation et la recherche. Plus tard, l'ouverture vers un public extra-universitaire s'est affirmée, à Liège comme ailleurs, sans perdre de vue toutefois la dimension didactique et l'action sur la société, rejoignant ainsi la vision d'un Humboldt.

C'est cela qui nous réunit aujourd'hui. Dans les trois prochains jours, nous aurons amplement l'occasion d'explorer les points que je viens d'évoquer et de découvrir les collections et les institutions muséales qu'offre l'Université de Liège.

Mais avant de passer la parole au Premier Vice-recteur, je voudrais remercier les modérateurs et les intervenants, ainsi que différentes personnes qui ont apporté leur concours à l'organisation de ce colloque.

- Mes collègues Christine Servais (ULiège), Marie-Paule Jungblut (ULuxembourg), Joël Roucloux (ULouvain), Francesco Lobue (UMons) et Jean-Louis Postula (MVW), qui ont accepté de jouer le rôle de modérateur des différentes sessions.
- L'UMAC, dont la présidente Marta Lourenço (U Lisbonne) regrette de ne pouvoir être présente mais a demandé à notre collègue Hugues Dreyssé (Un. Strasbourg) de représenter le comité.
- L'équipe de Réjouissance : Martine Van Herck, Thomas Beyer, Manon Tirtiaux.
- L'équipe de l'Embarcadère du Savoir : Carole Champenois et Ludovic Baumsteiger.
- Le Service de Muséologie de l'ULiège : ma collègue Manuelina Duarte, et les chercheurs Alix Nyssen et Edouard Nzoyihera.
- Les nombreux acteurs au sein des institutions qui nous accueilleront lors des visites au Musée Wittert (Edith Micha), à l'Aquarium-Muséum (Sonia Wanson et Frédéric Paquer), à la Maison de la Science (Hervé Caps) et jeudi dans différents services sur le campus du Sart Tilman (Valentin Fisher, Julien Denayer, Frédéric Hatert, Pierre Bonnet, Yannick Bruni, Jean Housen, Sophie Pitoors).
- Les étudiants qui viennent prêter mains fortes lors des pauses café, les cocktails et les lunches.
- Les différents services et institutions qui ont apporté un soutien financier, qu'ils soient internes à l'Université de Liège ou externes :
 - Les facultés des Sciences et de Philosophie et Lettres ; merci à leur doyen respectif ;

- L'Administration Recherche-Développement (ARD) ;
- Les unités de recherche Traverses et AAP ;
- Icom Wallonie-Bruxelles ;
- La Province de Liège (président Luc Gillard) ;
- Le gouvernement de la Communauté Wallonie-Bruxelles (ministre Jean-Claude Marcourt).

Enfin, je veux adresser un merci particulier à Mélanie Cornélis, cheville ouvrière de ce colloque, qui a apporté toute son intelligence et tout son enthousiasme à la réussite de l'entreprise. Merci à elle.

Après cette longue litanie qui, pour obligée qu'elle soit à l'entame d'un événement, n'en suscite pas moins chez moi un sincère sentiment de gratitude, j'ai le plaisir de donner la parole à M. Jean Winand, Premier Vice-recteur de l'Université de Liège.

Merci de votre écoute.

André Gob
Liège, 5 novembre 2019

CONFÉRENCES

Paul VOOGT

The museum as a platform for public engagement with science

Abstract

Utrecht University is one of the pioneers of Open Science. Open Science is a movement to make science more accessible and more relevant to society. One of its pillars is public engagement with science: to involve society in science and science in society. Utrecht University Museum was founded in 1928 and opened at its current location in 1996. The museum presents the university's heritage and connects it with current research. The number of visitors to the museum has increased rapidly over the last two decades, from 10.000 in 1996 to around 75.000 now. The main target group are families with children aged 8 - 14 and school groups with pupils of the same age. It is a family museum, not a children's museum. Due to of the rapid growth in visitor numbers, but also because of the new strategic goal as a platform for public engagement, it was decided to rebuild and refurbish the entire museum. The museum plans to close for renewal in 2020 and reopen again in 2022. The ambition is to become the first research museum of the Netherlands. Not a science museum, that presents the results of scientific research, but a research museum, that involves the visitor in the scientific process. The museum will not just explain what the scientific method is, but allow the public to perform the scientific method, and in so doing understand more about the nature of scientific « facts ». The goal is not to make them more trusting of scientific institutions, but better citizens of a democracy who can engage themselves in informed debate about scientific issues, going beyond sound bites.

Keywords : research museum, public engagement, citizen science, outreach.

Résumé

L'Université d'Utrecht est l'une des pionnières de l'Open Science, un mouvement visant à rendre la science plus accessible et plus pertinente pour la société. L'un de ses fondements est l'engagement du public envers la science : impliquer la société dans la science et la science dans la société. Le Musée de l'Université d'Utrecht a été fondé en 1928 et a ouvert les portes de son actuelle implantation en 1996. Le musée présente le patrimoine de l'université et le relie aux recherches en cours. Le nombre de visiteurs du musée a augmenté rapidement au cours des deux dernières décennies, passant de 10.000 en 1996 à environ 75.000 aujourd'hui. Les familles avec des enfants âgés de 8 à 14 ans et les groupes scolaires avec des élèves du même âge constituent le public principal. Il s'agit d'un musée familial et non d'un musée pour enfants. En raison de la croissance rapide du nombre de visiteurs, mais aussi du nouvel objectif stratégique du musée en tant que plateforme d'engagement public, il a été décidé de reconstruire et de rénover l'ensemble du musée. La fermeture du musée est prévue en 2020 pour une réouverture en 2022. L'ambition est de devenir le premier musée de recherche des Pays-Bas. Non pas un musée de la science (qui présente les résultats de la recherche scientifique), mais un musée de la recherche qui implique le visiteur dans le processus scientifique. Le musée ne se contentera pas d'expliquer ce qu'est la méthode scientifique mais il permettra au public de l'appliquer et, ce faisant, de mieux comprendre la nature des « faits » scientifiques. L'objectif n'est pas de rendre le public plus confiant envers les institutions scientifiques mais d'en faire de meilleurs citoyens engagés dans un débat démocratique éclairé sur des questions scientifiques.

Mots-clés : musée de recherche, engagement du public, science citoyenne, sensibilisation.

Utrecht University Museum is about to undergo a complete redevelopment as a platform for public engagement with science. This paper will offer an impression of the current museum and of the new strategy, in a new building. It will conclude with sharing some of the challenges that we face.

Introduction

Utrecht University Museum is part of Utrecht University, a broad research university with 7 faculties. The university was founded in 1636. It currently has approximately 30.000 students, 6000 staff and 600 professors. Its Shanghai ranking is 49.

Utrecht University Museum was founded in 1928. Its current location is the former botanical laboratory of the university, in the city centre. The backyard is the old botanical garden of the university, which was founded in the 17th century and came to this location in 1723. The permanent exhibitions of the museum reflect the history of science in Utrecht. The collections date back to the 18th century with a few 17th century highlights, like a Van Leeuwenhoek microscope. The total collection comprises about 200.000 objects, in all fields of science that are currently taught or have been taught in Utrecht. All collections of Utrecht University have been centralized in the museum's storerooms, with a few exceptions in the medical faculty. The museum still collects present-day objects that reflect research and education in Utrecht.

Dr. Marta Lourenço performed a scan of the collections in 2016. She is a scientific collections and academic heritage researcher at the University of Lisbon and chair of ICOM-UMAC. She ranks the Utrecht collection among the most comprehensive and diverse in any university museum in Europe. Its unique character is its coherence: the collections have always been preserved in situ and in their context (LOURENÇO 2017).



Figure 1 - An impression of the permanent exhibitions: the anatomical cabinet of Professor Bleuland, dating from the 18th century. Photo: Utrecht University Museum.

A family museum

Utrecht University Museum is much more than a showroom of historical objects. It is a family museum, with many interactive presentations and hands-on experiences. In the Youth Lab, families can do their own experiments and discover more about their senses: touch, hearing, smell but also sight. The Youth Lab is a very popular part of the museum. The museum's target groups are families with children aged 8-14 and school-groups of the same age. Why this age group? Because the museum's experience is that this age group is still open and curious enough to engage themselves with all different fields of sciences. Once they are over 14, most children already have fixed ideas about what they can and can't do and what they like and don't like. But at a younger age, they are not yet as prejudiced. The museum hopes to kindle the broad curiosity that they still possess at this age. It aims at family visits: children visiting with their parents or grandparents and at intergenerational exchange, which has been proven to enhance learning.



Figure 2 - Zoetrope at the museum's Youth Lab. Photo: Utrecht University Museum.

Students and staff of the university

The main target group of the museum is the general public. Students and staff of the university also play an important role, not as the primary target group, but as contributors. They are engaged in the museum's scientific outreach work.

All museum guides are students of Utrecht University. The museum recruits them in a rigorous selection procedure and trains them. Those who pass the selection and training process get a paid position on an on-call contract. The goal is to keep them attached for several years, during which the museum regularly monitors their performance. Because of their age, they connect very easily with the museum's young visitors. Academic staff are partners in the museum's programs. Next to, or as part of the exhibitions, there is always some form of programming where they play a role, varying from short lectures to citizen science programs that can last for many months.



Figure 3 - Students and staff of Utrecht University engaged in science outreach work at the museum.
Photo: Utrecht University Museum.

Reasons for redevelopment: visitor numbers and strategic shift

There are basically two main reasons for the renovation and refurbishment of the museum. The first reason is the number of visitors. The museum was founded in 1928, but for a long time it attracted hardly any visitors from outside. From the time that it opened at its current location, visitor numbers grew rapidly. When it opened in 1996 it attracted 10.000 visitors per year and the ambition was to reach 25.000. The building was designed for this number of visitors. Now it has reached three times that number: 75.000, and is still growing. In the Netherlands this puts it in the bracket of medium-sized museums. The numbers are expected to grow further in the near future. The demographics of Utrecht and its environment are supportive: it is the most highly educated, fastest growing and youngest city of the Netherlands. The current design of the building is not able to absorb these numbers. The museum will stay at its current location, but enlarge the space.

All the halls of the museum will be completely refurbished as well. All exhibitions will be new. The main reasons for the new exhibitions is a strategic shift: to become a platform for public engagement as part of the Open Science strategy of the university. Utrecht University aims to make a difference outside the university walls, to have an impact on society. Utrecht University is one of the pioneers of Open Science, a movement to make science more accessible and more relevant to society. It starts from the conviction that scientific research can contribute to the solutions of complex problems in society and that it can do this even better when knowledge is shared with stakeholders. Not only at the end of the pipeline, when knowledge is applied, but also at the start, with the development of knowledge and ultimately even at the stage of setting the agenda for research.

One of its pillars is Open Access: unlimited access to scientific publications and research data. Another important aspect is Public Engagement with science: to involve society in science and science in society. It is a two-way process with real interaction that is beneficial to both parties. It is beneficial for the public, who become more involved in science and are able to make better-informed choices. And it is beneficial to the researcher, who is challenged and gets new ideas and new perspectives.

The mission of the museum is linked to the university's mission. It aims at scientific literacy: « the ability to ask questions, based on curiosity about the world around us, search for answers and know how to appreciate them ». This definition was coined by the Dutch Association of Science Museums, the VSC. Teaching the public about the scientific method is crucially important, especially in this day and age of « alternative facts ». The museum is convinced that the current fact-free discourse will not be countered by providing even more facts, but by conveying insight into methods instead of facts. Explain what the scientific

method is; that it is not about « the truth », but about putting « truths » to the test, with transparent and reproducible methods.

The ambition is to become the first *research* museum of the Netherlands. Not a *science* museum that presents the results of scientific research, but a *research* museum that involves the visitor in the scientific process. The museum will not just explain what the scientific method is, but allow the public to perform the scientific method, and in doing so understand more about the nature of science.



Figure 4 - From a *science* museum towards a *research* museum. Photo: Utrecht University Museum.

Citizen science

The whole museum will transform into a laboratory where (historical) objects, contemporary research and inquiry-based learning are interconnected. Citizen science labs will be central in this approach. In these labs, visitors participate hands-on in real scientific research. The common denominator is that both researchers and the public will benefit. The researcher receives data and input from a very diverse audience. The level of participation varies: from test subject, to research assistant, to citizen scientist. Utrecht University Museum experimented with all of these modalities: the visitor as test subject in Skull LAB, as research assistant in Archeo LAB and as citizen scientist in Fungi LAB. In each lab the dialogue between researcher and the public is vital. Our ambition is to strive to a next level of engagement where the public helps to set the agenda for research.

The Skull LAB was a project in cooperation with a group at the medical faculty that designs facial reconstructions for people who lost part of their face or skull due to an accident or a disease. They need reference data of the build of skulls of healthy people of all ages. The museum invited them to set up a 3D photography unit on the museum floor and take pictures of the skulls of the visitors, as part of an exhibition on the subject. Next was an archeology lab. In this Archeo LAB, the visitors helped to sort out archeological

streets of the model. Then one can block one of the streets and observe what happens. What will be the most likely route of the crowd? This research is being used regularly by the city of Utrecht when preparing for big events.

Just the other day the research group published an academic paper on the simulation table and its use in the context of our museum.



**CrowdAR Table -
An AR Table for Interactive Crowd Simulation**

Wolfgang Hirt
Utrecht University
Utrecht, Netherlands
w.hirt@uu.nl

Robbert Gerrits
Utrecht University
Utrecht, Netherlands
r.gerrits@uu.nl

Yuan Zhao
Utrecht University
Utrecht, Netherlands
y.zhao@uu.nl

Abstract—In this paper we describe a prototype implementation of an augmented reality (AR) system for exploring and interacting with crowd simulation software. We describe a target audience and tasks relevant to the software in a science museum context. The design of AR system can structure table computer around with handheld AR as a complementary and desirable implementation. Our vision has been realized as a prototypical implementation involving in hardware and software. Detailed our vision will be part of our future work.

Index Terms—Crowd simulation, augmented reality, interaction.

I. INTRODUCTION

Crowd simulation software can be used in various contexts, such as testing and how to improve crowd flow in public places [1], but also for educational purposes, such as teaching people about potential crowd-related problems in cities or at special events. Likewise, examples exist where such software has been used to teach scientific principles about running simulations to answer research questions [2]–[5]. In [3], we categorized such use cases and analyzed them according to their needs and user requirements. We identified that immersion environments with different virtual (VR) and augmented reality (AR) implementations have great potential in this context. AR implementations are particularly suited for educational purposes where experienced users include the general public and thus very significantly. Based on our analysis, we describe a particular use case in this paper. AR interfaces for access to crowd simulation software in a museum. We motivate our design choices and report on the actual implementation and summarize the current prototype along with its interaction concepts. A thorough evaluation of the system with actual end users is part of our future work. The contribution of this paper includes:

- A motivation of design requirements for a relevant use case of AR interaction in context of crowd simulation.
- A system design that is based on these requirements, implemented, and verified for its feasibility. It includes a case of the implementation of an “AR table” as well as a new interaction concept combining this table with handheld AR.

II. CROWD SIMULATION IN A MUSEUM CONTEXT

The goal of our research is to provide a museum in Utrecht that focuses on scientific exhibitions with a presentation installation allowing visitors to experience and learn various aspects related to crowd simulation. The system will be based on a crowd simulation framework developed in our research group. This framework covers everything from the AI for individual planning to local navigation and tracking of realistic crowd behaviors based on agent profiles and scenarios such as a scenario animation [4], [5]. Yes, it acts as an interface that is easy to operate and suitable for a presentation in a museum. The purpose of this installation will be twofold. First, it should educate people about the complex, dynamic systems embedded in crowd simulation. It should create awareness, for example, to help them reflect on their own behavior in crowds, but also to illustrate the challenges and difficulties city planners or event organizers are faced with. Second, the museum also focuses on engaging the public in the process of science itself, and connecting them to actual research. Thus, the installation should also be used to teach people how simulation can be used for scientific research.

The goal is to educational purpose, the presentation should be interactive. Visitors should be able to place obstacles, such as buildings or barriers that cannot be crossed, visitors where crowd energy, such as his station, and target where crowd flows to or gather, such as food stalls at a festival. The target audience for this museum presentation varies significantly – ranging for example from very young kids to pre-school age to senior citizens. Thus, the system needs to provide an easy, simple, yet powerful interface and interaction design.

Firstly, the installation itself should be able to deal with crowds, that is, large amounts of visitors as we anticipate larger groups, such as school classes, where each individual wants to explore the system and play with it. This, and the varying age ranges, also pose high requirements on the robustness of the implementation, since we cannot expect, for example, very young kids to always follow certain rules or behavior when playing with it. People will not be as often anticipated by the system designers.

III. AR INSTALLATIONS – AR TABLE & HANDHELD AR

The requirements above were identified by our own observations of different interactive museum installations. Demonstrations of preceding AR prototypes that we developed, and the feedback and comments from people at the museum where the

installation will be placed. Based on these and the analysis of different immersive technologies presented in [3], we decided on a spatial AR installation in the form of a table where AR content is projected from the top, and an additional handheld AR component that is accessed and operated by visitors via an app on mobile phones.

Special AR projects virtual elements onto reality, then augmenting it with virtual visuals. Common installations include tables where a data projector is mounted on the ceiling. Fig. 1 shows an example of an earlier demo of our system with a fixed city model. The new installation for the museum uses a mobile setup where people can place obstacles and other objects, both real and digital, onto the table.

There are several existing implementations of AR tables using data projectors to create and interact with mixed realities, that is, virtual and physical objects. Some of them just project digital content onto physical surfaces, similar to our implementation shown in Fig. 1. The final installation in the museum should however allow people to interact with a crowd simulation by both physical and virtual objects. We envision a solution where the museum provides certain blocks or obstacles, visitors can place their own physical objects on the table, or use a menu to place and manipulate digital elements via multi-touch gestures – all seamlessly integrated into one experience. From a hardware point of view, this requires the actual table (along with physical objects), a data projector creating the virtual parts of the simulation, and a camera for tracking the physical objects as well as hands of the users to realize multi-touch interaction. Our current installation uses Kinect cameras for tracking, but can be extended to use alternative cameras such as the Intel RealSense if needed. In the following, we describe our implementation.

IV. IMPLEMENTATION

A. AR Table

The first step in realizing such a table is the calibration of the system, which aligns the camera space (i.e., the space of the table that is visible to the camera for tracking) with the projector space (i.e., the part of the simulation that is projected onto the table), and the simulation space (i.e., the 3D environment running the simulation on the computer). We are using a standard approach that detects the corners of the table to define the camera space. The projector space is determined by recursive line drawing, and both spaces are mapped using OpenCV’s warpPerspective function (see Fig. 2).

Next, placed at this table that are close enough for users to interact with its content are limited. Also, actions done by individuals to support their learning process (e.g., secrecy of meta-information) might interfere with the learning process of others. While certain parts of the simulation should be visible to everyone, a personalized view of some information might be desirable in certain situations as well.

For this reason, our AR table is complemented with handheld AR. Where the visitors in the museum are able to make use of an AR app provided by the museum that shows a live image of the AR table (via the phone’s camera) augmented with virtual information on the screen. Fig. 6 shows an exam-

Figure 6 – Testing the crowd simulation table in the museum and publication.
Photo: Utrecht University Museum.

But of course, the historical collections will also be presented in the new museum, even more than now. The museum strives for presentations that connect the past, present and future of research at Utrecht University. Like Johanna Westerdijk, who started the fungal research at Utrecht University 100 years ago and her present-day successor Corné Pieterse. The museum shows that it is not by chance that Utrecht is outstanding in particular fields of research, but that it often has a long history.

Even the enlarged museum will be able to show only a few thousand objects in the context

of the stories that are being told. But there is an urge to also use the rest. And show the multitude of particular collections. This could be done with installations built from objects and designed by artists.

The museum will not be able to get all research groups of the university into the museum. Their work is often confined to laboratories with very specific conditions that will never be able to travel. The museum intends to overcome that problem by making live video connections with labs elsewhere on the campus.

The museum will close for refurbishment in 2020 and hopes to reopen again in 2022. The building will be closed for two years. How does it keep in touch with the public in the meantime? First by going to the schools that normally would visit the museum. In-school programs have been developed for some time already and it is bearing fruit; more and more schools participate in the program. The museum travels to the school with real objects. And - being Dutch - the bicycle is the mode of transport, a cargo-bike in this case. Apart from schools, there is outreach to other public places, like libraries and theaters in the city.

The museum also participates in events like the National Science Weekend, by bringing the programs to outside locations.

Challenges

The new approach of Utrecht University Museum comes with challenges. Running a citizen science lab is a labor-intensive process. How to find research that fits the format? What does it take from both sides: the researcher and the museum? How to keep the participants informed? Utrecht University Museum is gathering experience on all of these issues and sharing them. Citizen science projects are not new for museums. But often these projects are isolated events and restricted to a limited number of scientific fields (psychology, biology). The ambition of Utrecht University Museum is to include all fields of science and to offer this form of engagement permanently, throughout the year. And to build on the experiences to break new barriers and eventually engage communities in setting the research agenda.

Choosing families as a target group is a challenge in itself, because the content needs to be interesting and enriching for all generations. The aim is not to be a children's museum, but a family museum. It means developing multi-layered exhibits and interactives and it means choosing a design that is appealing to all generations.

The unique selling point is the interaction with the audience. The new museum will no longer put all its efforts and money in costly temporary exhibitions. Programming is key: research activities, citizen science projects, interaction with scientists. These programs can be updated much quicker and easier than a big exhibition. But it also means a turnaround in the way of working: exhibition makers will become programmers. And many more members of staff on the floor are needed than the museum has now.

Each day the public can choose from a list of activities. If you just want to roam around, there will be more than enough to see, but the museum entices you to be active. Which means that it is not a museum for everybody. It will attract people who are curious about the world around them. Those who seek a thrill, an experience like in a fun-fair, which you can undergo passively, will not be attracted by the museum's offer. They will go to another museum in Utrecht that offers a roller coaster ride. So, within the target group of families a specific kind of family is targeted, mostly with a high education and an active attitude. And, as experience shows, those for whom museum-visits are part of their lifestyle.

This brings us to one of the biggest challenges of this time: how to reach a more diverse audience? Although (science) museums in the Netherlands have been striving for more diverse publics for decades now, the success rate is limited. It is not a matter of better marketing, but a matter of strategy. To be successful, the focus should not be limited to the public, but also to personnel and partners. The experience of Utrecht University Museum has shown that the threshold to come to the city centre and visit the museum remains high. More can be expected from reaching out to these audiences in their own communities. That is why the museum invests in outreach to schools, libraries and other public places during closure. If this approach proves to be successful, it will be continued after its reopening.

Bibliography

HÜRST Wolfgang & GERAERTS Roland, 2019 : « Augmented and Virtual Reality Interfaces for Crowd Simulation Software-A Position Statement for Research on Use-Case-Dependent Interaction », *IEEE Virtual Humans and Crowds for Immersive Environments (VHCIE)*, p. 1-3. Available on: <https://www.researchgate.net>.

LOURENÇO Marta C., 2017: *Utrecht Universiteit museum's collections and heritage: brief*.

Biographical note

Paul Voogt was Director of the Museum at the University of Utrecht in the Netherlands until 2022. Before that he was a member of the management team of the Tropenmuseum Amsterdam (ethnography) and Naturalis Leiden (natural history). He was responsible for renovation projects of the National Museum of Nairobi in Kenya and the House of Wonders Museum in Zanzibar in the early 2000's. In each museum, he was involved in/responsible for the redevelopment of permanent exhibitions. He studied anthropology at the University of Amsterdam and business administration at Henley (United Kingdom). In 2012-2013, he was a fellow at the « Noyce Leadership Program » in Palo Alto (USA) and is now a member of its successor, the « Informal Learning Leadership Collaborative ». He is currently an independent consultant in the museum field.

Anne QUERINJEAN

Comment le Musée L, Musée Universitaire de Louvain, ouvert fin 2017, joue-t-il sa partition pour un nouveau concerto : students users friendly ?

Résumé

Une certaine vision romantique suppose que, puisque le musée conserve, gère et rend accessibles des collections universitaires, il s'impose naturellement comme un lieu de formation pour les étudiants. Mais, le musée universitaire est-il vraiment un lieu de formation ? Est-ce parce qu'il est labellisé comme tel qu'il le devient ? Dans cette communication, nous nous interrogerons sur la méthodologie à développer et le type de communication à initier ainsi que sur les conditions nécessaires à rassembler pour qu'un musée universitaire soit un lieu de formation pour les étudiants et les chercheurs. Le musée universitaire est aussi un musée public. En cela, est-il suffisamment attractif et accessible pour être fréquenté par les étudiants dans le cadre de leur formation ? C'est une hypothèse que nous avançons pour progresser dans notre réflexion. Elle se base sur l'évaluation de deux projets contrastés. Le premier projet, le *Stic Jam*, est en voie de conclusion. Dans le cadre d'ateliers technologiques de la communication, le musée et ses collections ont été « utilisés » comme terrain de jeux avec des objectifs pédagogiques précis : développer des pratiques créatives, des apprentissages collaboratifs, des partages interdisciplinaires de compétences en vue de réaliser un média numérique innovant et éducatif. Le second projet, intitulé *Louvain2020 - Enseignement et recherches au cœur du Musée-laboratoire*, est en cours d'exécution. Il vise à créer un « réflexe musée » en inscrivant les ressources de celui-ci au cœur de sujets de séminaires, d'un projet d'exposition ou de cycles de conférences et ce, dans une logique interdisciplinaire et en lien direct avec la réalité des objets conservés au Musée L.

Mots-clés : musée universitaire, musée laboratoire, musée aire de jeux, musée accessible et attractif, étudiants.

Abstract

Because the museum preserves, manages and makes accessible university collections, it naturally imposes itself as a place of training for students. But is the university museum really a place of training? Is it labelled as such as it becomes? In this communication, we will consider the methodology to be developed and the kind of communication to be initiated as well as the conditions necessary to gather for a university museum to be a training place. The university museum is also a public museum. In this respect, is it attractive and accessible enough to be attended by students as part of their training? This is a hypothesis that we are advancing to make progress in our thinking. It is based on the evaluation of two contrasting projects. The first project, called *Stic Jam*, is almost done. Within the framework of communication technology workshops, the museum and its collections have been « used » as a playground with specific educational objectives: developing creative practices, collaborative learning, interdisciplinary sharing of skills in order to create an innovative and educational digital media. The second project, *Louvain2020 - Teaching and research at the heart of the Museum-Laboratory*, is currently in progress. It aims to create a « museum reflex » by placing its resources at the heart of seminar topics, an exhibition project or conference cycles, in an interdisciplinary approach and in direct connection with the reality of the objects conserved at Musée L.

Keywords : university museum, museum-laboratory, museum-playground, training place / student, museum attractive and accessible.

Introduction

Partant de l'expérience du jeune Musée Universitaire de Louvain, le Musée L, ouvert aux publics fin 2017, ma communication s'inscrit dans la réflexion globale des interactions à construire de manière nouvelle entre les Musées universitaires et leurs publics spécifiques que sont les étudiants et les chercheurs.

Le Musée Universitaire est-il un lieu de formation ? Actuellement, nous observons au Musée L que ce n'est pas parce qu'il est labellisé comme tel qu'il le devient.

Il n'y a pas nécessairement de réflexe, d'état de fait qui reposerait sur la vision romantique postulant que le musée qui conserve, gère et rend accessibles des collections universitaires soit considéré et surtout pratiqué, fréquenté naturellement comme un lieu de formation des étudiants.

Nous nous interrogerons sur les conditions nécessaires à rencontrer, la méthodologie à développer et le type de communication à initier pour être un lieu de formation pour les étudiants et les chercheurs. Cette communication s'inscrit dans un partage de pratique de terrain. Elle est le reflet d'expériences concrètes de deux projets menés par les équipes du Musée L et de leurs partenaires académiques et étudiants. Elle se situe dans une perspective pratique. C'est pourquoi, il n'y a pas de recherche bibliographique.

La communication se structure en quatre parties. La première partie présente les spécificités du Musée L, ce que je nomme son ADN, que nous avons dégagé lors de la programmation muséographique du nouveau Musée L dans un travail d'équipe, tous services confondus, pour en faire des atouts partagés. La deuxième partie souligne des caractéristiques propres aux jeunes adultes dont nos publics étudiants sont représentatifs. La troisième partie présente deux projets développés avec les étudiants et leurs enseignants prenant en compte tant les spécificités du Musée L que les caractéristiques des besoins culturels des étudiants et de leurs enseignants. Enfin, la dernière partie tente de dégager des recommandations et des partages de bonnes pratiques.

Présentation du Musée L et de son ADN

Situé à moins de 30 km de Bruxelles, à Louvain-la-Neuve, le nouveau musée de l'Université catholique de Louvain (UCLouvain), le Musée L, a ouvert ses portes le 18 novembre 2017 dans un bâtiment emblématique entièrement rénové.

Le lieu choisi pour le nouveau musée est l'ancienne bibliothèque des sciences et technologies, réalisation de l'architecte André Jacquain et du designer Jules Wabbes. Ce bâtiment est l'emblème de l'UCLouvain à Louvain-la-Neuve. Ce nouvel espace d'exception permet de déployer plus largement les collections universitaires et de leur offrir une meilleure visibilité grâce à un important travail muséographique qui repose sur le dialogue entre les œuvres, mais aussi avec le lieu. Le bâtiment a été rénové par les architectes de l'UCLouvain, qui ont visé principalement à améliorer la lisibilité des espaces intérieurs, à souligner l'apport de lumière naturelle, tout en veillant à l'accueil des publics. La programmation muséographique est le fruit d'un travail en co-construction avec toutes les équipes du musée : régisseur et équipe logistique, attachés aux collections et équipe exposition, médiateurs et équipe aux publics, accueil, direction ont travaillé ensemble dans une dynamique transversale sous forme de workshop et de groupes à tâches en mêlant les compétences. La scénographie du musée a été conçue par l'agence spécialisée Kinkorn (Pays-Bas) qui a travaillé en collaboration avec l'équipe projet du Musée. C'est un long processus collaboratif qui a permis cette réalisation d'envergure.

Les collections du musée sont issues des professeurs et chercheurs de l'UCL, qui ont rassemblé des œuvres et des objets dans un but d'enseignement et de recherche, à l'heure où internet n'existait pas, et de très importants donateurs privés. S'y côtoient principalement des œuvres d'art (Rembrandt, Goya, Picasso, Magritte, Alechinsky, ...) de toutes les époques et de toutes les cultures, des objets archéologiques et ethnographiques, à vocation d'étude, des moulages, dans une moindre mesure des spécimens d'histoire naturelle à vocation didactique ou encore des machines et inventions scientifiques. Ce qui caractérise les collections, c'est leurs grandes diversités de périodes, de lieux géographiques et de champs disciplinaires. Le programme muséographique souligne l'énergie de création et d'inventivité présente dans toutes les cultures, à toutes les époques et dans tous les champs disciplinaires. Ces élans poussent les artistes et les chercheurs à créer : voilà le fil rouge du programme muséographique.

Avec près de 5.828 m², dont 3.830 m² destinés à accueillir tous les publics dont les étudiants pour leurs cours ou séminaires, le Musée de l'UCLouvain, le Musée L, est l'un des premiers musées universitaires d'envergure en Belgique. Ses espaces répondent à une volonté : devenir une « maison d'hôtes », un lieu accueillant et ouvert à tous, un espace d'échange et de vie, dédié à l'émotion et à l'exploration.

Quel est l'ADN du Musée L ? : un Musée public et universitaire, musée laboratoire et « maison d'hôtes »

L'ADN du Musée L est marqué par une double appartenance identitaire. Il est un musée universitaire et un musée public, reconnu comme tel dans le paysage national et international. Peu de musées universitaires sont complètement publics, entendez : remplissent toutes les conditions d'accessibilité d'un service public ouvert 6 jours sur 7, plus de 300 jours par an avec des services de médiation, une programmation éducative, artistique et culturelle multilingue sous forme de programme permanent et d'agenda d'activités pour toutes les catégories de publics.



Figure 1 - Étudiant et le moscophore, +/- 570 avant Jésus-Christ, Moulage d'Athènes - XIX^e siècle (?).
Photo : Musée L/JP Bougnet.

Le Musée L, Musée universitaire de Louvain, est un musée-laboratoire qui contribue à remplir la triple mission d'une université : enseigner, étudier et servir la société, tout en étant ouvert et accessible à tous les publics hors de la sphère académique. Le Musée L conserve et valorise les collections de l'Université au niveau éducatif et scientifique et construit aussi des projets avec des partenaires extra-académique. Il est donc à la fois un musée au service de la société et un centre d'enseignement et de recherche. Le Musée L se veut un lieu culturel de rencontres, de découverte de « l'autre »

et de sa culture, non seulement auprès des visiteurs, mais aussi auprès des étudiants, des enseignants et des chercheurs de l'UCLouvain. Les collections sont à disposition pour être étudiées, analysées et discutées lors de cours, de séminaires, de colloques ou d'activités culturelles.

Cette double appartenance exerce une dynamique spécifique. Le Musée L ne se veut pas « réservé » à un seul type de public ; il est conçu comme une maison d'hôte pour tous. C'est le pari qui a été fait : être un musée hospitalier, accueillant, confortable pour rejouir positivement sur la fréquentation des publics et des étudiant·e·s en particuliers. Cela se traduit dans les espaces aménagés à cet effet : coins salon, espace lecture pour une pause détente ou une pause « contemplation », salle à manger pour un pique-nique, auditorium, pour des présentations de travaux, réserves visitables... tous les espaces du musée répondent à cette volonté d'ouverture et de partage d'expériences entre académique et grands publics.

Et qui sont les étudiant·e·s pour le Musée L ?

Un petit détour par la sociologie peut être utile pour définir un groupe social par rapport à un autre et nous situer toutes et tous dans cette question qui inscrit le musée comme un acteur culturel dans une société en mouvement. Sans vouloir mettre les personnes dans des cases, il est intéressant d'examiner les caractéristiques du biotope culturel des étudiants et de leurs jeunes enseignants qui nous fréquentent. Ils interfèrent sur leurs besoins et attentes à rencontrer par le musée. Les étudiants appartiennent à ce qui est assez commode de nommer les générations Y et Z. Cette classification est bien sûr à nuancer mais elle nous apporte des éclairages intéressants que nous avons bien perçus dans nos deux projets.

La génération Y (née dans les années 1980 et 1990), pose régulièrement la question du sens : pourquoi, *Why* ? Elle est née avec le développement d'internet et elle présente une affinité avec les technologies, apprécie la manière ludique d'aborder des contenus et des savoirs. La génération Z (née dans les années 2000 et 2010), celle qui nous occupe principalement, jouit de l'âge d'or d'Internet. Ce qui prime, c'est la dynamique de la communication, de la collaboration, de la connectivité, de la créativité sur les contenus documentaires. Elle peut être peu docile et individualiste tout comme assidue et collective. Cette génération se sent très concernée par les enjeux liés à la transition climatique et sociale.

Un préalable pour le Musée L : l'étudiant est d'abord un visiteur. C'est à dire une personne qui vient dans le lieu « musée » pour voir *de visu* des objets, des œuvres d'art, des spécimens. Ce faisant, il s'expose à une expérience émotionnelle et sensorielle singulière,

porteuse de savoirs nouveaux. Ce visiteur, jeune en formation, est aussi inscrit dans une société en pleine mutation source de possibles et aussi d'inquiétudes. L'étudiant qui vient seul ou en groupe fait d'abord une démarche physique, réelle et, à en croire le temps passé devant les écrans, cela est de moins en moins naturel...



Figure 2 - Séminaire d'histoire coloniale, étudiants au Musée L dans la collection d'art africain.
Photo : Musée L/JP Bougnet.

L'étudiant·e qui vient nous rendre visite, est à priori disposé à entrer en relation et cette disposition est précieuse. Il revient donc aux équipes du Musée de très bien le recevoir, nous avons selon moi un grand devoir d'hospitalité. S'il vit une rencontre avec un lieu, avec des personnes qui l'accueillent et incarnent l'esprit d'une institution de savoirs et de transmission qui se veut généreuse, partageante, ouverte, communicante, cela le confortera dans l'importance d'investir réellement avec sa sensibilité et son intelligence ce lieu culturel qui donne à penser et à ressentir. C'est tout un processus d'*humanisation* qui est en jeu. De plus, ces étudiant·e·s deviendront pour le Musée également des influenceurs sur la grande toile.

Présentation de deux projets étudiants au Musée L

C'est dans le cadre de leur formation que ces deux projets se sont développés et réalisés au Musée L. Les initiateurs sont les enseignants qui, ayant saisis les spécificités de l'ADN du

musée, s'en sont emparés pour créer des projets originaux rencontrant des objectifs formatifs et une nouvelle manière d'appréhender le musée.

Le premier projet : *Stic Jam*, s'inscrit dans le cahier des charges d'ateliers en technologie de la communication. Ce projet « utilise » comme « terrain de jeux » le Musée L et ses collections, avec des objectifs pédagogiques précis : développer des pratiques créatives, des apprentissages collaboratifs, des partages interdisciplinaires de compétences en vue d'inventer des outils de médiation à partir des collections du Musée L.

Six projets ont été soumis à un jury qui a formulé plusieurs recommandations, ce qui a permis aux projets d'évoluer et d'arriver jusqu'à un prototype final. Les étudiant·e·s étaient mélangé·e·s : histoire de l'art, communication sociale, bio ingénierie, sciences informatiques. L'équipe du Musée L leur permet d'accéder aux contenus des collections pour qu'ils s'en saisissent, les détournent, et les rendent communicant dans leur langage de jeunes. Nous sommes dans un modèle d'apprentissage collaboratif, ludique, créatif qui correspond au profil socio-culturel des jeunes.

D'une part, le sérieux des dispositifs d'encadrement d'évaluation formative est essentiel et a favorisé des apprentissages nouveaux pour tous les étudiants. Il prend en compte leur manière de construire du savoir basé sur une dynamique de co-construction et sur le savoir-faire. D'autre part, les étudiant·e·s se sont investi·e·s dans un milieu réel avec ses règles professionnelles et ils savaient que si certains projets sont de qualité, ils pourraient conduire à une réalisation concrète pour le musée. Ces deux aspects sont hautement formatifs et vont bien au-delà des savoirs appris au niveau des contenus des œuvres des collections du Musée L.

Louvain2020 - enseignement et recherche au cœur du Musée-laboratoire

Ce second projet¹ vise à acquérir le réflexe « musée » au niveau de l'enseignement et de la recherche et à développer une implication interdisciplinaire du secteur des sciences humaines au niveau des professeurs. Chaque mini-projet croise des disciplines diverses : théologie et anthropologie, littérature et sociologie, par exemple. Le Musée L est utilisé comme un laboratoire - comprenez comme un lieu ressource pour les cours, les séminaires - pour lancer des sujets d'enseignement et de recherche. Le musée est fréquenté par des professeurs et des étudiants qui y rentrent par des portes inattendues en fonction des sujets de séminaires, d'un projet d'exposition ou encore d'un cycle de conférences construit dans cette logique interdisciplinaire et en lien direct avec la réalité des objets conservés au

¹ Voir : <https://uclouvain.be/fr/instituts-recherche/incal/louvain2020musee.html>.

Musée.

Premier exemple, un séminaire interdisciplinaire *Arts et Rites* qui aboutira à une exposition autour du même sujet et pose la question suivante : à quoi sert et comment fonctionne une œuvre d'art, ou tout objet auquel on attribue une valeur patrimoniale, souvent déraciné du contexte pour lequel il a été créé ?

Autre exemple : un cycle de conférences *Culture et Politique* à destination des étudiants et du grand public, qui entend interroger les relations entre le patrimoine culturel et certains enjeux politiques actuels.

Enfin, dernier exemple : séminaire en *Histoire contemporaine et Monde africain*. Entre histoire, archivistique et histoire de l'art, ce projet s'insère dans le séminaire d'histoire « l'Outre-mer et ses relations avec l'Europe ». L'objectif a été de pouvoir lier les objets africains amenés par les missionnaires belges partis au Congo et ayant ramené en Belgique plusieurs objets appartenant aux peuples afin de pouvoir appuyer les « études coloniales » organisées, entre autres, par l'UCLouvain. L'évaluation des étudiant·e·s est extrêmement positive. Ils disent avoir « adorés travailler » à partir d'objets remontés des réserves. Les séminaires en histoire sont habituellement concentrés sur les archives et les textes, cette démarche leur a donné une nouvelle saveur à leur parcours universitaire.

Quelles recommandations et quelles bonnes pratiques ?

Nous avons pu identifier des conditions nécessaires à rencontrer, et une méthodologie à développer pour réaliser ce type de projet qui permet aux étudiants de s'approprier le musée comme un outil de formation. Ces projets interdisciplinaires sont attractifs mais ils demandent de bien identifier les objectifs, les logiques, les attendus de chacun des partenaires et ce, préalablement à la mise en route. Il faut créer du commun, parfois déjà au niveau de la sémantique, des mots et des représentations de chacun. En cours de projet, il sera parfois indispensable de reconsidérer, de réajuster les objectifs et les ressources disponibles pour rester réaliste et pratique. Chaque projet, surtout quand il y a une diversité de disciplines et de partenaires, a un coût et consomme des ressources humaines importantes au niveau des équipes du Musée et des porteurs académiques. Donc des choix sont à faire au préalable en termes de priorité et d'organisation. Une coordination est indispensable : au moins une personne à 100% par projet. Le musée et ses équipes doivent être parties-prenantes, concertées dès le début du projet qui se co-construit. Les objets, les collections sont toujours au centre des projets. S'ils sont considérés comme des outils de recherche et de formation, ils n'en demeurent pas moins un matériel singulier, unique, qui justifie le soin particulier à apporter et l'originalité de l'apprentissage. Les étudiant·e·s ont

besoin d'être accompagnés, relancés, challengés, stimulés tout au long du projet.

La communication du projet en utilisant les outils, les langages des étudiant.e.s et leur connectivité doit être très soignée et constitue en soi un volet des projets.

Enfin, beaucoup d'adaptabilité, aller vers de l'inconnu et donc de la surprise, une petite part de risque et beaucoup d'enthousiasme et de rigueur sont des qualités à déployer.

Ne serait-ce pas précisément parce que le musée universitaire est aussi un musée public qu'alors il est suffisamment attractif et accessible pour être fréquenté plus naturellement par les étudiant.e.s dans le cadre de leur formation ? C'est la question que je me pose, comme une piste de réflexion stimulante. Les étudiant.e.s tout en étant dans un processus de formation sont dans la vraie vie du musée qui assure toutes les fonctions d'un service public. Ils sont pris en compte dans la réalité muséale avec laquelle ils interagissent, doivent négocier et ont la possibilité de la renouveler. La partition n'est pas écrite à l'avance. Elle se joue ensemble pour créer à chaque fois un concerto nouveau.

Cette alliance musée et université donne sens à notre engagement comme professionnels de musée pour former des étudiant.e.s à une pensée critique et sensible engagée dans une société ouverte, reliée et en transition.

Notice biographique

Anne Querinjean est l'actuelle directrice du nouveau musée universitaire de l'Université catholique de Louvain : « le Musée L » (inauguré en 2017). Licenciée en archéologie et en histoire de l'art, Anne Querinjean a travaillé deux ans avec Médecins Sans Frontières au Darfour puis aux Philippines. En tant que membre du service éducatif du Musée royal des Beaux-Arts de Bruxelles, elle a créé un programme d'ouverture vers de nouveaux publics, souvent fragilisés (grande pauvreté, handicap, immigration).

Nathalie NYST

***Les musées et collections universitaires comme lieux de formation
estudiantine. Le cas du Réseau des Musées de l'ULB***

Résumé

En février 2019, réunis à l'initiative du Réseau des musées de l'ULB, des collègues responsables de musées et collections issus de cinq universités (Bruxelles, Liège, Louvain, Mons et Namur) ont fondé la « Plateforme du patrimoine universitaire francophone belge ». Entre autres et à moyen terme, cette plateforme a pour objectif de développer des partenariats et des stratégies pour une gestion professionnelle du patrimoine universitaire et académique, laquelle inclura inmanquablement une réflexion sur l'accessibilité des collections et leurs publics, en particulier le public étudiant. Cette réflexion sera indubitablement basée sur un échange d'expériences et d'expertises en la matière. Afin de l'alimenter, cette communication sera l'occasion de dresser le bilan des rôles divers et variés qu'ont joué et jouent actuellement un grand nombre d'étudiants issus de diverses filières au sein du Réseau des musées de l'ULB depuis 2003.

Mots-clés : stages, pratique professionnelle, projets d'étudiants.

Abstract

In February 2019, at the initiative of the ULB museums network, colleagues responsible for museums and collections from five universities (Brussels, Liège, Louvain-la-Neuve, Mons and Namur) founded the « Plateforme du patrimoine universitaire francophone belge ». Among other things and in a medium term, this platform aims to develop partnerships and strategies for the professional management of the university's and academic's heritage, which will inevitably include a reflection about the accessibility of the collections and their audiences, in particular the student public. This reflection will undoubtedly be based on an exchange of experiences and expertise in this field. In order to feed it, this communication will be an opportunity to review the various and varied roles played and currently played by a large number of students from various fields within the ULB museums network since 2003.

Keywords : internship, professional practice, students projects.

Dès sa création en 2003, le Réseau des Musées de l'ULB a accueilli des étudiants issus de différentes filières et cycles d'enseignement, proposés pour la plupart par la Faculté de Philosophie et Lettres¹, la Faculté des Sciences et la Faculté de Pharmacie. Après un bref descriptif du Réseau des Musées de l'ULB, nous verrons comment celui-ci contribue à l'information, la formation et la valorisation des étudiants concernés.

1. Le Réseau des Musées de l'ULB en bref

Riche de plus de dix musées et collections², le Réseau³ réunit des entités qui conservent des objets issus d'une diversité de disciplines scientifiques - anatomie, archéologie, archives, arts, botanique, chimie, ethnologie, informatique, littérature, médecine, minéralogie, pharmacie, physique, zoologie, etc. - et se positionne donc très logiquement au carrefour des arts et des sciences.

À l'initiative de la Coordination du Réseau, les responsables des musées et collections se rencontrent mensuellement, entretenant un dialogue constant et constructif, sans faire cas de leur situation géographique ou de leur diversité de statut, d'infrastructures, de ressources humaines et financières, afin d'organiser des activités pour mieux se faire (re)connaître. Si la grande majorité de ces entités muséales s'inscrivent naturellement dans les missions d'enseignement et de recherche de l'Université, elles incarnent aussi des outils de prédilection pour la vulgarisation et la diffusion des savoirs auprès du grand public.

Dès ses origines, le Réseau se fixe deux objectifs principaux : la création d'une image (logo, site internet, page Facebook, etc.) et la volonté d'instaurer une réelle gestion des collections. Ajoutons que, depuis sa création ou presque, le Réseau des Musées de l'ULB est membre d'associations sectorielles nationales et internationales⁴ et participe à nombre de colloques et manifestations, en Belgique et à l'étranger.

Ce Réseau interne à l'ULB et membre de réseaux externes à l'Université dispose d'un atout-clé : son rôle fédérateur ; il a d'ailleurs pris pour devise celle de la Belgique, « L'union fait la force ». En effet, ensemble et grâce à un budget modique attribué par le Rectorat, les partenaires organisent, depuis plus de quinze ans et deux à trois fois chaque année,

¹ Depuis 2015, Faculté de Philosophie et Sciences sociales.

² Répartis sur quatre campus bruxellois (Auderghem, Érasme, Plaine et Solbosch) et deux sites wallons (Charleroi et Treignes).

³ Voir principalement GESCHE-KONING & NYST (2009) et GESCHE-KONING & NYST (sous presse) pour une histoire et une présentation détaillées du Réseau.

⁴ Brussels Museums, ICOM-Belgique/Wallonie-Bruxelles, UMAC (Comité international pour les musées et les collections universitaires du Conseil international des musées - ICOM) ou UNIVERSEUM (European Academic Heritage Network).

diverses activités, dont l'originalité démontre l'ingéniosité des musées à sortir du contexte de leurs objets et spécimens propres et à composer avec des collections et des thématiques fort éloignées des leurs. Destinées principalement à un public non universitaire et plutôt familial, ces manifestations visent à sensibiliser à la recherche de façon à la fois scientifique et ludique. Qui plus est, ces événements renforcent la visibilité du Réseau tout en créant des passerelles intra-universitaires - entre facultés, départements, services, unités, etc. - et en établissant des liens avec des organismes extérieurs, notamment culturels.

2. L'implication des étudiants dans le Réseau des Musées de l'ULB

Depuis 2003, des dizaines d'étudiants ont été impliqués dans les diverses activités du Réseau, auprès de la Coordination ou des entités participantes. L'apport étudiant prend de multiples formes : visites de musées et collections ; stages et projets (conception d'outils ou d'événements) ; réalisation d'études, mémoires et thèses sur les collections ; restaurations d'objets de collections ; divers jobs étudiants.

La Coordination bénéficie plus particulièrement d'étudiants issus de la filière « Gestion culturelle », grande pourvoyeuse en la matière, à travers des cours, des stages, des projets, des mémoires et... des jobs ! En effet, dès sa création en 1999, le cursus de ce deuxième cycle universitaire prévoyait que chaque étudiant réalise deux stages :

- l'un, qualifié de « libre » - lieu de stage choisi par l'étudiant -, consiste en une immersion d'une durée d'au moins deux mois au sein d'une institution ou d'une entreprise culturelle généralement externe à l'Université ; l'objectif est que l'étudiant bénéficie d'une vision globale sur les activités de l'institution grâce à un maximum d'expérience de terrain ;
- l'autre, baptisé « dirigé », prévoit que chaque étudiant s'intègre dans la réalisation d'un projet de manifestation culturelle - colloque, exposition, festival, etc. -, à l'ULB ou dans un organisme extérieur. Ce sont ainsi plus de cinquante étudiants en Gestion culturelle qui ont réalisé leur stage dirigé au sein du Réseau des Musées de l'ULB depuis sa création.

De leur côté, la plupart des entités membres impliquent des étudiants appartenant à des filières qui leur sont thématiquement plus proches, mais pas uniquement. Les étudiants en Gestion culturelle sont également sollicités par les membres du Réseau pour leurs compétences particulières et les outils de gestion qu'ils maîtrisent, comme la conception d'un budget ou la logistique d'un événement.

Ces diverses formes d'implication des étudiants correspondent à plusieurs démarches menées, pour la grande majorité d'entre elles, en phase avec leur cursus : si l'intention

principale est bien entendu de les former à diverses pratiques professionnelles liées à leur discipline, il s'agit également, en amont, de les informer et, en aval, de les valoriser.

2.1. Informer les étudiants...

... De l'existence des musées et collections, en prévoyant souvent des visites dans le cadre de cours. Malgré leurs activités régulières, ces entités ont encore bien du mal à mobiliser ce public étudiant pourtant « captif » des campus. Toute méthode d'information est donc à saisir. Ainsi, de 2013 à 2017, les étudiants inscrits au « Stage dirigé : édition, manifestations culturelles, marketing culturel » devaient annexer à leur rapport de stage un compte-rendu des visites qu'ils étaient tenus d'effectuer dans trois musées du Réseau. Par la suite, il leur fut précisé que ces trois musées devaient être implantés sur trois campus différents.

De plus, au fil des ans, l'existence du patrimoine de l'Université a été et est signalée aux étudiants via divers événements - « Journée d'accueil des nouveaux étudiants », « Journées Portes Ouvertes de l'Université », « Printemps des Sciences » - et supports - « Guide de l'étudiant », « Guide du Master en Gestion culturelle », etc. Ce sont souvent des étudiants en Gestion culturelle qui sont engagés comme jobistes pour animer le stand et assurer la promotion du Réseau lors de tels événements.

2.2. Former les étudiants...

2.2.1. ... Aux savoirs théoriques et pratiques via les collections

Comme dans nombre d'universités de par le monde, le recours aux collections comme supports d'enseignements se poursuit, que les étudiants soient inscrits en bachelier (BA), en master (MA) ou à l'agrégation de l'enseignement secondaire supérieur. Les objets et spécimens servent par conséquent d'instruments didactiques pour des enseignements tantôt théoriques, tantôt pratiques.

Ainsi, des enseignants des Facultés de Pharmacie et des Sciences recourent aux collections pour leurs cours théoriques. À titre d'exemple, dans le cadre de séminaires, des visites sont menées au Musée des plantes médicinales et de la pharmacie pour les étudiants de BA2 en Pharmacie, tandis que l'Expérimentarium de physique (XP) accueille des étudiants de BA1/BA2 issus des filières de biologie, géographie, géologie, chimie, médecine,

pharmacie, informatique et... physique ; à titre indicatif, leur nombre s'élevait à 365 en 2018⁵.

Mais les collections sont davantage utiles aux enseignements pratiques, comme c'est le cas des modèles, spécimens et collections vivantes du Jardin botanique Jean Massart utilisés en biologie générale et en botanique ainsi que dans des leçons consacrées à l'évolution, l'écologie ou la biologie végétale appliquée à la pharmacognosie. En 2018, le Jardin a accueilli quelque 570 étudiants, a fourni du matériel végétal frais pour des Travaux Pratiques (TP)⁶ et a assumé des TP et des démonstrations, notamment consacrés aux champignons ou plantes à fleurs⁷. Enfin, dans le jardin et la station éco-climatique ont été organisés des TP d'écologie (BA3 en biologie et bioingénierie), tels que « Cultures expérimentales en serre » ou « Plancton des mares du Jardin ». De même, au Muséum de zoologie et d'anthropologie se déroulent des activités didactiques liées aux enseignements de « Biologie des organismes » (150 étudiants), comme des démonstrations basées sur les spécimens⁸.

Chaque année, les étudiants d'un MA à finalité didactique s'exercent à la pédagogie, comme le font les futurs agrégés en sciences, en recourant aux collections et manipulations conservées et proposées par certaines entités du Réseau. Ainsi, en biologie, les collections du Muséum sont exploitées dans la préparation d'une activité destinée aux écoles secondaires et déployée lors du « Printemps des sciences ». En 2018, l'atelier « Exploitation didactique d'un élevage de drosophiles » fut notamment proposé à 128 élèves. En physique, l'XP prête du matériel aux étudiants, qui sont souvent chargés d'organiser des visites basées sur ses démonstrations et collections. À l'Expérimentarium de chimie (XC), encadrés par deux académiques et du personnel technique, les étudiants réalisent des stages en école et participent à l'encadrement de groupes d'élèves de l'enseignement primaire et secondaire pendant le *Printemps des Sciences* et lors d'autres ateliers organisés *in situ*. Ce type d'activités leur permet d'être confrontés à un enseignement dans un cadre extérieur à l'école ou dans un véritable laboratoire de chimie, de gérer un tel laboratoire, de parfaire leur formation et d'établir de nouvelles relations avec les enseignants-accompagnateurs des groupes scolaires. En 2018, les ateliers « Comme les experts, faites de la chimie ! » ont ainsi permis aux élèves et professeurs de mener une enquête pour déterminer le contenu d'une solution mystère⁹.

⁵ Rapport d'activités 2018 de l'Expérimentarium de physique, n. p.

⁶ Pour des étudiants de BA en bioingénierie, biologie, géographie, géologie et pharmacie.

⁷ Rapport d'activités 2018 du Jardin botanique Jean Massart, n. p.

⁸ Rapport d'activités 2018 du Muséum de zoologie et d'anthropologie, n. p.

⁹ Rapport d'activités 2018 de l'Expérimentarium de chimie, n. p.

2.2.2. ... À la recherche

Nombre de cursus permettent aux collections et musées universitaires de servir de prétextes à des recherches menées par les étudiants, bien entendu encadrés par des membres des corps académique et scientifique, mais aussi des conservateurs ou des préparateurs. Les travaux de fin d'études que sont les mémoires de maîtrise en constituent l'illustration principale.

Ainsi, sous la supervision de la Coordination du Réseau, sept étudiants ont consacré leurs recherches à des sujets liés au patrimoine des universités. À titre d'exemples, mentionnons le travail d'Eugénie Sant (Histoire de l'art et archéologie - HAA), *Les musées universitaires* (2013) ou celui de Liina Reinaert (Gestion culturelle), *Le développement de la coopération culturelle des musées universitaires européens depuis les années 2000* (2014). Si tous n'ont malheureusement pas abouti, certains de ces travaux sont fort utiles au développement de projets menés par le Réseau. Ainsi, la cartographie des musées et collections des universités belges francophones établie dans son mémoire¹⁰ par Alexia Jooris (Gestion culturelle, 2017) a servi de point de départ à la réalisation du premier objectif que s'est fixé la plateforme PAFBel¹¹ : établir une cartographie actualisée et la plus exhaustive possible du patrimoine universitaire à Bruxelles (francophone) et en Wallonie.

Plusieurs mémoires menés par des étudiants de la Faculté de Pharmacie (promotrice C. Stévigny) et consacrés au Jardin botanique - tel celui d'Audrey Hélie, *Implémentation d'un smartjardin dans la parcelle des plantes médicinales du Jardin Massart* (2016) - ont abouti à la création d'un « smart jardin »¹², qui rend la collection de plantes médicinales plus attractive et facilite l'accès aux connaissances.

Certains travaux conduits par des étudiants dans le cadre de cours ont été consacrés à l'étude d'une collection, d'une partie de collection ou de l'histoire d'un élément patrimonial : Eugénie Sant (HAA) a ainsi étudié et analysé l'iconographie de l'ancien Institut d'anatomie de la Cité scientifique au Parc Léopold (2011-2012).

¹⁰ *Quels sont l'état des lieux et les types d'organisation des musées et des collections universitaires francophones en Belgique ?*

¹¹ Voir *infra*.

¹² Voir : <https://smartjardin.univ-rouen.fr/>.

Enfin, parmi les entités du Réseau, signalons que ce sont pour l'instant principalement les infrastructures du Jardin botanique qui font l'objet de recherches doctorales menées par des scientifiques issus du Laboratoire d'Écologie végétale et Biogéochimie. Citons le travail d'Arnaud Jacobs¹³ sur la *Phytoextraction du cadmium et du zinc de sols urbains : optimisation de la culture de Noccaea caerulea* (2018).

Lors de chaque rentrée académique, la Coordination du Réseau n'a cessé de proposer quelques sujets de recherche aux étudiants nouvellement inscrits afin de susciter leur intérêt pour le patrimoine universitaire. De même, elle saisit toute opportunité de sensibiliser les enseignants à la richesse des collections de l'Université afin qu'ils proposent des sujets de travaux ou de mémoires qui leur soient consacrés.

2.2.3. ... À la vulgarisation scientifique

Ce sont principalement les entités liées à plusieurs départements de la Faculté des Sciences qui sont concernées, en association étroite avec le Département Infosciences¹⁴.

Dans le cadre du « Projet de recherche et communication scientifique » programmé en troisième année du bachelier en biologie et bioingénierie, tant le Jardin botanique que le Muséum de zoologie et d'anthropologie proposent régulièrement des thèmes¹⁵ aux étudiants afin de voir développées des activités dans le cadre du *Printemps des Sciences* ou des événements communs organisés par le Réseau. Ces projets peuvent prendre plusieurs formes, qu'il s'agisse de visites guidées, de panneaux et supports didactiques ou encore de stands et d'animations. À titre d'illustrations, mentionnons, en 2014, la valorisation, par un poster et une courte vidéo, de la pièce maîtresse des collections du Muséum, le Coelacanthe ; ou, en 2015, la conception et la réalisation de trois visites guidées « Le monde végétal au-delà des apparences », pour l'événement *C'est magique ? Ou pas...* organisé par le Réseau.

Le bachelier en Sciences chimiques se clôture par un travail de fin de cycle qui consiste en la réalisation d'un projet intégré dans le cadre des activités de l'XC pendant le *Printemps des Sciences*. Les étudiants doivent ici mettre au point des expériences directement utilisables à l'XC¹⁶, en écrire le protocole et encadrer des groupes d'élèves du primaire et du secondaire visitant l'XC ou l'*Exposition des Sciences*. En 2018 a par exemple été mis au

¹³ Dans le cadre d'une bourse FRIA financée par le Fonds national de la Recherche scientifique (FNRS) ; promotrice Nausicaa Noret.

¹⁴ Voir : <https://sciences.brussels/>.

¹⁵ En 2010, le Jardin botanique a ainsi suggéré les thèmes suivants : nouveaux usages des plantes, biocarburants, puits de carbone, eutrophisation.

¹⁶ Les infrastructures de l'XC consistent en un laboratoire supervisé par le Département de Chimie de l'ULB et encadré par du personnel scientifique et technique du Département Infosciences ainsi que des étudiants chimistes.

point l'atelier *La chimie à l'écran*, qui explore des scènes de films historiques, policiers, de science-fiction et d'horreur afin d'illustrer la présence de la chimie sur les écrans. Des démonstrations et des expériences réalisées par les élèves permettent d'expliquer comment faire de la fumée, transformer des métaux, révéler des indices ou produire des effets spéciaux¹⁷.

Des étudiants du Département Informatique développent actuellement, pour le Muséum, une visite guidée basée sur l'utilisation d'une tablette du type iPad et consacrée à la diversité animale en général et la classification phylogénétique. Vingt points d'intérêt avec QR code à scanner seront *in fine* répartis dans les vitrines concernées et renverront vers des contenus explicatifs et multimédia.

Enfin, l'ensemble des membres du Réseau œuvrent à la vulgarisation scientifique lors de chaque événement commun et conçoivent leurs animations et supports didactiques autour d'une thématique partagée, en collaboration régulière avec des étudiants stagiaires en Gestion culturelle.

2.2.4. ... À la pratique professionnelle

Plusieurs activités communes ont été organisées depuis 2003, comme les *Dimanches des musées de l'ULB* (2004 à 2007) ou des expositions telles *ULBulles. Le Réseau des musées de l'ULB accueille la BD* (2009) ou *Insoupçonnables beautés de la recherche. Le dessin dans les collections de l'ULB* (2012). Afin de bénéficier d'une promotion accrue, les activités récurrentes s'inscrivent plus souvent dans des événements (inter)nationaux, comme les *Brussels Museums Nocturnes*, la *Journée internationale des Musées/Nuit européenne des Musées* ou la *Journée du Patrimoine académique européen* du réseau UNIVERSEUM. Ce sont là autant d'occasion d'impliquer les étudiants...

... Grâce à des stages

Dès l'année académique 2003-2004, des étudiants en Gestion culturelle sont impliqués dans l'organisation des *Dimanches des Musées de l'ULB*, dont l'objectif est d'inviter, le temps d'une journée, un public hétéroclite à découvrir les richesses de l'Université et à montrer que l'on peut aussi apprendre en se divertissant. Pour chaque édition, sous la supervision de la Coordination, les stagiaires assurent de multiples aspects organisationnels de l'événement : navettes, hôtesse, constitution du programme des activités, dossier de presse, diffusion des affiches, etc.

¹⁷ Rapport d'activités 2018 de l'XC, n. p.

D'autres manifestations sont également mises sur pied avec l'assistance de stagiaires, qui participent à l'ensemble du processus, depuis la définition du thème jusqu'au déroulement de l'événement, en passant par la conception de l'affiche, du programme, la promotion et ses supports, les aspects logistiques, etc. Ainsi, lors de différentes éditions du *Printemps des Musées* (fig. 1 & 2), du *Fascination of Plants Day* (fig. 3), de la *Journée du Patrimoine académique européen* et de la *Journée internationale des Musées/Nuit européenne des Musées*, comme pour la *Museum Night Fever* (6 mars 2010), les étudiants ont contribué à l'ensemble du processus.



Figures 1 - Affiche de l'édition 2009 du *Printemps des Musées*.

Conception : Celso Barbin & Christine Vanstreels. Photo : Réseau des Musées de l'ULB.

Figure 2 - Affiche de l'édition 2011 du *Printemps des Musées*.

Conception : Noémie Maréchal. Photo : Réseau des Musées de l'ULB.

Figure 3 - Affiche de l'édition 2015 du *Fascination of Plants Day*.

Conception : Margarita Philippova. Photo : Réseau des Musées de l'ULB.

... Grâce à des projets

En 2018, une nouveauté a pris place au sein du Master en Gestion culturelle : le « Projet de gestion culturelle », inscrit dans le « Pôle Application » du programme, à côté des stages, études de cas et autres rencontres de professionnels. Quatre objectifs motivent ce Pôle : éprouver les compétences acquises en s'insérant dans des projets d'acteurs culturels existants ; confronter les étudiants aux réalités d'un projet/institution/entreprise culturels ; les responsabiliser face aux libertés et aux contraintes des métiers de la culture ; et, enfin, les impliquer dans une chaîne de projet (conception, réalisation, évaluation). Deux parcours sont possibles : 1) un « Chemin Stage », composé d'un stage de longue durée et d'un micro-projet, lequel consiste à concevoir et réaliser un projet d'envergure réduite, de faisabilité

accessible et de moyens modestes au sein d'un opérateur culturel présent sur le campus de l'ULB ; 2) un « Chemin Projet », constitué d'un stage lié à un macro-projet, qui implique de concevoir et de réaliser de A à Z un nouveau projet d'envergure qui intègre, de façon autonome, une programmation existante.

Depuis novembre 2018, quatre groupes d'étudiantes mènent trois micro-projets et un macro-projet directement liés au Réseau des Musées de l'ULB. Le premier micro-projet consistait en l'organisation de la journée d'activités gratuites programmée au Centre de Culture scientifique (Charleroi) le 17 novembre 2019, dans le cadre de la *Journée du patrimoine académique européen* (fig. 4). Cinq étudiantes étaient impliquées¹⁸ et ont mis au point, avec les membres du Réseau, un programme d'activités pour la journée, tout en assurant l'ensemble de l'organisation logistique et de la promotion de l'événement sous la supervision de la Coordination (fig. 5).



Figure 4 - Visuel de l'édition 2019 de la Journée du Patrimoine académique européen.
Conception : Lucie Sanou. Photo : Réseau des Musées de l'ULB.

Les deuxième et troisième micro-projets concernaient l'exposition *Clitoris, l'expo sans tabou*, qui devait être présentée à la Maison des Arts du 20 au 26 avril 2020. Le premier groupe d'étudiantes¹⁹ s'occupait de l'organisation de l'exposition, le second²⁰ de la programmation des événements organisés en marge. Si l'exposition a bien entendu été annulée en raison de la crise sanitaire due au coronavirus, les deux groupes d'étudiantes

¹⁸ Charline Albert, Éléonore Bigare, Lenora Roulette, Lucie Sanou, Julie Sharp.

¹⁹ Mathilde Block, Doriane Lorimier, Pauline Grignard, Julie Pietri, Romana Pospisilova.

²⁰ Catherine Bompuku-Eyenga, Morgane Corhay, Océane Davin, Julia Eskander, Giulia Riccardi.

ont été invités à concrétiser leur projet sous une forme dématérialisée et allégée. Le premier groupe a opté pour la réalisation de courtes vidéos donnant la parole aux artistes dont les œuvres auraient dû être exposées *in situ*. Le second groupe a maintenu un atelier initialement programmé, « La sexualité féminine expliquée aux femmes », sous forme de webinaire, lequel s'est déroulé sur la plateforme Zoom le 26 avril 2020.

Enfin, le macro-projet, également conduit par cinq étudiantes²¹, n'était rien moins que l'organisation, du 21 au 26 juin 2020, de la conférence annuelle et internationale d'UNIVERSEUM, sous la supervision du Réseau des Musées de l'ULB et de la KU Leuven. Dès la prise de décision, le 20 mars, d'annuler la conférence en 2020 et de la reporter en 2022, les étudiantes ont réfléchi à une formule alternative pour finaliser leur projet. Elles ont choisi de réunir, autour du thème *Beyond museum visits in the era of COVID19: 5 min meeting with university museum workers*, un maximum de petites vidéos dans lesquelles les professionnels du monde muséal universitaire sont invités à évoquer les problèmes, limites et contraintes rencontrés par leur musée ou collection après plusieurs semaines de confinement et de fermeture et dans une perspective de réouverture progressive. L'ensemble des vidéos collectées a été mis en ligne à la date du 21 juin 2020, ce qui n'empêche pas que le site²² s'enrichisse d'autres contributions par la suite.



Figure 5 - Journée du Patrimoine académique européen, Centre de Culture Scientifique de l'ULB, 17 novembre 2019. Photo : Jennifer Christophe.

²¹ Noémie Asensio, Marina Cerda-Salva, Laura Delacour-Petitjean, Athénaïs Rezette, Clara Sanchez de la Fuente.

²² Voir : www.universeum2020.be.

2.2.5. ... Entre recherche et pratique : les restaurations de collections

Deux exemples de collaborations entre des étudiants en Histoire de l'art et archéologie (HAA) et des étudiants en restauration ont permis une concrétisation de leurs apprentissages respectifs autour de collections de l'ULB.

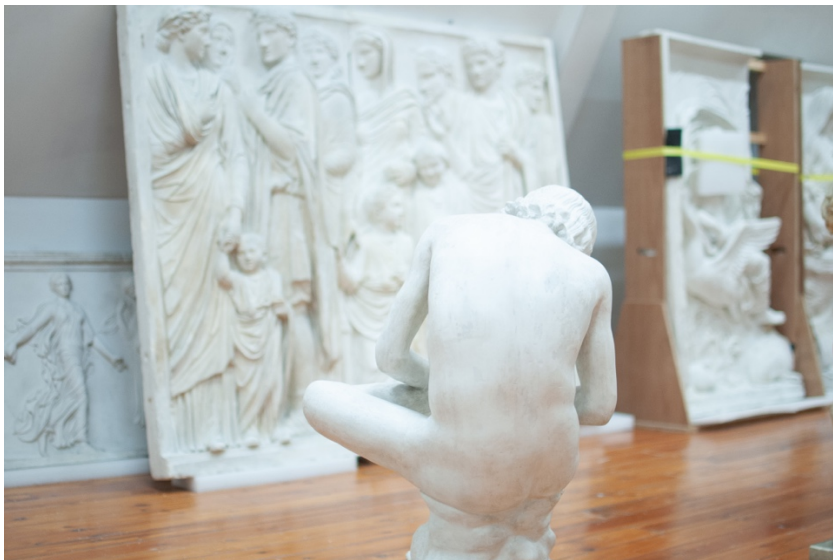


Figure 6 - Vue de la salle de moulages, CReA-Patrimoine, ULB. Photo : Simon Dalemans.

Le premier cas concerne la collection de moulages et débute en 2006. Pendant trois ans, des étudiants en HAA procèdent au recensement général des moulages disséminés dans plusieurs lieux d'entreposage. Ces recherches mènent, en 2011, à la réalisation d'un mémoire²³ et à la constitution d'une équipe interdisciplinaire²⁴ autour d'un projet de conservation-restauration de la collection. Divers constats d'état sont dressés en 2011-2012, suivis des premières restaurations menées par des étudiants, dans l'atelier de La Cambre, en 2013-2014. Les protocoles de traitement initiaux sont ensuite appliqués à l'ensemble de la collection, rassemblée dans un local doté de bonnes conditions de conservation (fig. 6). En 2019, quelque quinze moulages ont ainsi été étudiés par des étudiants en HAA et restaurés par des étudiants de la Cambre.

²³ Florence Depas, *Catalogue des moulages de l'ULB réalisé à partir du catalogue de la Fondation Léon Leclère de 1932 et complété sous la direction d'Athéna Tsingarida*.

²⁴ Des spécialistes en conservation-restauration du CReA-Patrimoine (S. Clerbois, N. Gesché-Koning et V. Henderiks) et des professeurs de l'ENSAV-la Cambre responsables de l'atelier de conservation-restauration de sculptures et céramiques (M. Decroly, D. Driesmans et R. Lambert).

Le second exemple est constitué par cinq modèles botaniques Brendel²⁵ (1898-1927) de la collection du Jardin botanique. Menées en 2015-2016, l'étude des collections a été confiée à des étudiantes en HAA de l'ULB, tandis que les restaurations ont été assurées par des étudiantes en conservation-restauration d'œuvres d'art - sculptures à l'ENSAV-La Cambre (fig. 7 & 8).



Figures 7-8 - Géranium livide, avant et après traitement - Restauration réalisée par Sophie Kirkpatrick, Clara Montero, Valentine Vanlieffland et Delphine Rosier (BA3), sous la supervision de Marianne Decroly, ENSAV - La Cambre. Photo : Clara Montero.

Ces deux exemples illustrent la complémentarité entre l'analyse historique menée par des étudiantes en HAA de l'ULB et l'étude matérielle et le traitement des objets réalisés par les étudiantes en conservation-restauration de La Cambre.

2.3. Valoriser les étudiants

La valorisation des étudiants et stagiaires se joue à trois niveaux : la promotion des outils qu'ils ont conçus, la confiance accordée aux étudiants quant à leur maîtrise des connaissances et une rétribution financière liée à cette maîtrise. Autrement dit, nombre d'étudiants formés au sein des entités du Réseau voient leurs créations (visuels d'événements, ateliers, expositions, etc.) concrètement utilisées et se trouvent aussi recrutés comme jobistes lors de divers événements. Ce recrutement est financé tantôt par le Réseau des Musées de l'ULB, tantôt par le Département Infosciences. Par exemple, des

²⁵ Modèles de parnassie des marais (*Parnassia palustris* L.), campanule (*Campanula rapunculoides* L.), géranium livide (*Geranium phaeum* L.), euphorbe droite (*Euphorbia serrulata*) et fleur de sarrasin (*Polygonaceae fagopyrum esculentum*).

jobs étudiants soutenus par ce dernier²⁶ permettent au Jardin Massart d'organiser des ateliers et animations scolaires. Ainsi, en 2018, 64 ateliers et 36 animations organisés au Jardin ont touché 1890 élèves des niveaux primaire et secondaire, tandis que 9 animations sur la chlorophylle ont concerné 183 élèves des mêmes niveaux dans le cadre du *Printemps des Sciences*²⁷.

Lors de la journée d'animations gratuites *Florilège. Regards croisés entre Arts et Sciences*, organisée pour fêter les 15 ans du Réseau le 18 novembre 2018, l'XC a confié l'animation de son stand à une jobiste étudiante en chimie, laquelle a effectué des expériences portant sur la production et la mise en évidence de dioxyde de carbone et son utilisation pour produire du chocolat pétillant. La Coordination du Réseau avait, elle, recruté quelques jobistes étudiants en Gestion culturelle pour monter la mini-exposition, accrocher affiches et panneaux, disposer les stands, puis pour guider les visiteurs sur le campus du Solbosch, d'un site d'animation à l'autre.

Enfin, chaque année, la Coordination confie à des jobistes de Gestion culturelle, pour la plupart impliqués dans le Réseau, l'animation de son stand à la *Fête de l'Iris* ou à la « Journée d'accueil des nouveaux étudiants ».

3. En guise de conclusion

L'implication des étudiants de l'ULB et d'ailleurs dans le Réseau des Musées de l'ULB est donc multiforme, mais contribue indéniablement à leur formation, à la mise en pratique et à la valorisation de leurs connaissances et compétences.

Partager un certain nombre de ces pratiques pédagogiques avec les collègues impliqués dans les musées et collections universitaires en Fédération Wallonie-Bruxelles, eux-mêmes développeurs de leurs propres méthodes d'apprentissage, est l'un des objectifs du Réseau. C'est à travers la plateforme *Patrimoine académique francophone de Belgique* (PAFBel) qu'un tel partage d'expériences devrait être formalisé et récurrent.

En février 2019, des collègues responsables de musées et collections issus de cinq universités (Bruxelles, Liège, Louvain-la-Neuve, Mons et Namur) ont en effet fondé cette plateforme, inspirée de son homologue flamande *Academisch Erfgoed in Vlaanderen*, créée en 2007 au nord du pays²⁸.

²⁶ Avec Bruxelles Environnement (<https://environnement.brussels/>) qui, en vue d'assurer l'ouverture du Jardin botanique au grand public et aux scolaires, finance le développement de collections thématiques et d'activités d'éducation à la nature et à l'environnement basées sur ces collections.

²⁷ Rapport d'activités 2018 du Jardin Massart, n.p.

²⁸ Voir : <https://academischerfgoed.be/academischecollecties/>.

Outre l'établissement de la cartographie mentionnée plus haut, les motivations de ce projet sont : 1) de conscientiser les autorités académiques sur la nécessité d'adopter des règles et des politiques de préservation, d'étude et de diffusion des collections ; 2) de convaincre ces mêmes autorités de l'importance de la professionnalisation des équipes responsables des musées et collections ; 3) de développer des partenariats et des stratégies pour une gestion professionnelle de ce patrimoine ; et 4) de constituer un interlocuteur unique afin d'interpeler les pouvoirs publics et les bailleurs de fonds. Pratiquement, diverses actions pourraient et devraient être entreprises aux niveaux des universités et d'autres institutions d'enseignement supérieur, telles que l'adoption de règles et de politiques partagées relatives au patrimoine, l'échange d'expertise dans les différents domaines de la gestion du patrimoine (préservation, étude et diffusion - notamment auprès de publics étudiants captifs), la création d'une base de données en ligne commune ou encore l'organisation d'événements conjoints.

Au-delà des enceintes universitaires, cette plateforme devrait, en tant que représentante du patrimoine mobilier des universités auprès des pouvoirs publics compétents, susciter un débat sur le positionnement de ce patrimoine culturel mobilier scientifique et l'adoption de politiques culturelles spécifiques, aux frontières de l'enseignement, de la recherche et de la culture.

Il est en effet grand temps de sortir de nos campus et de se souvenir que « L'union fait la force » !

Bibliographie

BRAVO ALEAN Emperatriz, DANIAUX Pauline, ERAUW Céline & DECROLY Marianne, 2016 : « Étude et restauration de cinq modèles de Brendel de la collection du Jardin Massart : une collaboration interdisciplinaire ULB - Ensav-La Cambre », *Lettre d'information du Réseau des Musées de l'ULB*, n° 11, p. 10-11.

CLERBOIS Sébastien (éd.), 2019 : *La collection de moulages de la Société d'archéologie classique et byzantine de l'Université libre de Bruxelles. Histoire d'une restauration (= Études d'archéologie, 14)*, Bruxelles, de Bocard.

GASPARON Diana & NYST Nathalie, 2005 : « Le Réseau des Musées de l'Université libre de Bruxelles (ULB) : une initiative originale dans le contexte universitaire », *UMAC Uppsala Proceedings 2005*. Disponible sur : http://publicus.culture.hu-berlin.de/umac/2005/Gasparon&Nyst_2005.pdf.

GESCHÉ-KONING Nicole, 2016 : « Breaking educational barriers & scientific popularization: A challenging task for the Network of Museums of the Université libre de Bruxelles (ULB) », *Museum education & accessibility: Bridging the gaps*, ICOM-CECA 2015 Proceedings, Washington, p. 127-128.

GESCHÉ-KONING Nicole & NYST Nathalie (éds.), 2009 : *Les Musées de l'ULB. L'Université libre de Bruxelles et son patrimoine culturel*, Bruxelles, Réseau des Musées de l'ULB.

GESCHÉ-KONING Nicole & NYST Nathalie (éds.), 2015a : « Challenging activities for the ULB Museums Network », in HAGGAG Mona & GESCHÉ-KONING Nicole (éds.), *Squaring the circle. Research, museum, public: A common engagement towards effective communication (= Proceedings of the 13th ICOM-UMAC & 45th annual ICOM-CECA Conference, Alexandria, 9-14 October 2014)*, Bruxelles, ICOM-CECA & ICOM-UMAC, p. 236-8.

GESCHÉ-KONING Nicole & NYST Nathalie (éds.), 2015b : « Challenging activities for the ULB Museums Network. Ten years existence of the Network (2004-2014) », *International Congress of University Museums. University Museums and Collections: Tradition and Future*, Madrid, 2015, p. 361-365.

GESCHÉ-KONING Nicole & NYST Nathalie (éds.), sous presse : *Regards croisés entre Arts et Sciences. Le Réseau des Musées de l'ULB : 15 ans déjà...*, Bruxelles, Réseau des Musées de l'ULB.

Guide de l'étudiant, Bruxelles, ULB.

Guide du Master en Gestion culturelle, Bruxelles, ULB, document interne.

NYST Nathalie, 2012 : « The ULB Museum Network and the Drawing Project », in TALAS Sofia & LOURENÇO Marta (éds.), *Arranging and rearranging. Planning university heritage for the future*, Padoue, Padova University Press, 2012, p. 62-72.

NYST Nathalie, 2014a : « Musées et collections universitaires : interfaces entre chercheurs et grand public », in NYST Nathalie, DUPONT Céline & RICKER Marie-Émilie (éds.), *Médiation muséale et patrimoniale. Enjeux et perspectives. Actes du colloque organisé à Beez (Namur) les 9 et 10 février 2012 (= Documents du Patrimoine culturel, 5)*, Bruxelles, Fédération Wallonie-Bruxelles, p. 136-145.

NYST Nathalie, 2014b : « Les musées universitaires : des musées (pas) comme les autres », *De l'objet au virtuel. La métamorphose des musées (= Les Cahiers de l'éducation permanente n° 44)*, p. 68-73.

NYST Nathalie, 2017 : « Musées et collections universitaires : spécificités et problématiques », *Actes du 9^e Congrès de l'Association des Cercles francophones d'Histoire et d'archéologie de Belgique & 56^e Congrès de la Fédération des Cercles d'Archéologie et d'Histoire de Belgique*, Liège, 23-26 août 2012, Liège, Institut archéologique liégeois & Comité Sluse ASBL, t. 2, vol. 2, p. 221-233.

Notice biographique

Docteure en histoire de l'art et archéologie, Nathalie Nyst est enseignante au sein du master en gestion culturelle de l'Université libre de Bruxelles (ULB) et attachée au Service des opérateurs culturels patrimoniaux au Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles (Direction du patrimoine culturel). Coordinatrice du Réseau des musées de l'ULB depuis 2003, elle est également trésorière de l'UMAC (Comité international des musées et collections universitaires) et membre d'UNIVERSEUM (Réseau du patrimoine académique européen). Son principal thème de recherche porte sur la problématique générale de la place du patrimoine mobilier universitaire, tant au sein des universités que des sociétés/communautés concernées, aussi bien en termes de rôles que de modèles organisationnels.

Giacomo GIACOBINI, Cristina CILLI & Giancarla MALERBA

***Attirer le grand public dans les musées universitaires.
L'expérience turinoise***

Résumé

Les musées universitaires ont été créés par des savants et pour des savants. Ils sont donc souvent élitistes et souffrent de sérieuses carences en termes de communication. Ceci se reflète par un manque d'intérêt du grand public. Mais, dans de nombreux cas, ces musées sont également des lieux de mémoire d'une école scientifique ancienne, parfois prestigieuse, et sont à même de se transformer de « musée savant » en « musée communicant ». Ces musées peuvent raconter l'histoire des collections, parler de découvertes scientifiques et évoquer des histoires liées aux activités de personnalités qui ont parfois joué un rôle dans des événements non scientifiques. La visite d'un de ces musées peut donc mettre en évidence certains aspects qui, bien au-delà de l'importance scientifique des objets exposés, soulignent son prestige historique et parfois architectural et artistique. À Turin, trois de ces musées (Musée d'Anatomie, Musée des Fruits et Musée d'Anthropologie criminelle « Cesare Lombroso ») ont fait l'objet d'opérations de rénovation et ont été ouverts au public entre 2007 et 2009, créant ainsi un nouveau pôle muséal turinois. Outre les opérations de restauration des collections, des vitrines et des locaux, une attention spéciale a été accordée à l'étude des stratégies de réinterprétation du musée, pour sa transformation en « musée communicant » tout en sauvegardant le charme et l'intérêt d'une mise en scène scientifique et savante du XIX^e siècle. Les trois musées, actuellement ouverts au public, occupent environ 1.400 m² avec leurs salles d'exposition. Ouverts du lundi au samedi de 10h à 18h (en moyenne, 312 jours d'ouverture/an), ils accueillent quotidiennement en moyenne 190 visiteurs. Ces musées sont principalement visités par le grand public tandis que le public universitaire (chercheurs, étudiants) paraît faiblement intéressé. Le public scolaire représente environ 25 % de la fréquentation. Des activités annexes (conférences, pièces de théâtre, présentations de livres...) ont contribué à attirer le « non-public » comme c'est le cas lors des « Nuits des Musées » et des « Nuits des Chercheurs » qui rassemblent chaque année pas moins de mille personnes par édition.

Mots-clés : musées universitaires, public, communication muséale, Turin.

Abstract

University museums were created by and for scientists. They are therefore often elitist and suffer from serious communication deficiencies. This is reflected in a lack of interest from the general public. But in many cases, these museums are places of memory of an old, sometimes prestigious science school, and are able to transform themselves from a « scholarly museum » into a « communicating museum »: they can tell the history of collections, talk about scientific discoveries and tell stories related to the activities of personalities who have sometimes played a role in non-scientific events. Visiting one of these museums can therefore highlight certain aspects which, well beyond the scientific importance of the objects on display, highlight its historical and sometimes architectural and artistic prestige. In Turin, three of these museums (Museum of Anatomy, Museum of Fruits and Museum of Criminal Anthropology « Cesare Lombroso ») were renovated and opened to the public between 2007 and 2009, thus creating a new Turin museum center. In addition to the restoration of the collections, showcases and premises, special attention had to be paid to the study of the museum's reinterpretation strategies, for its transformation into a museum that communicates while preserving the charm and interest of a 19th century scientific and scholarly staging. The three museums, currently open to the public, cover about 1.400 m² with their exhibition rooms. They are regularly open from Monday to Saturday from 10 am to 6 pm (on average, 312 opening days/year). They welcome an average of 190 visitors per day. The vast majority of these visitors are represented by the general public. The academic public (researchers, students) seems to have little interest. The school population represents about 25 % of the total. Additional activities (conferences, plays, book presentations, etc.) have helped to attract the « non-public », such as the « Nights of the Museums » and the « Nights of the Researchers », which bring no less than a thousand people every year each evening.

Keywords : university museums, public, museum communication, Turin.

« Pourquoi le public ne se rend-il pas au musée universitaire ? ». C'était la première question d'une série posée par le document annonçant le colloque « Les musées universitaires & leurs publics » qui s'est déroulé à Liège du 5 au 7 novembre 2019 et dont ce volume présente les actes. D'autres questions étaient étroitement en lien avec les problématiques suivantes : « Quels modes de communication pour le public des musées universitaires ? », « Quelle expographie pour le musée universitaire ? ».

Nous nous sommes posé les mêmes questions en nous engageant dans le projet de rénovation de certains musées de l'Université de Turin. L'expérience acquise et les résultats obtenus peuvent donner quelques pistes de réflexion.

1. De « musée savant » à « musée communicant »

À Turin, l'histoire des musées universitaires ne diffère pas de celle d'institutions similaires qui ont été confrontées aux mêmes problèmes lors de leur rénovation en vue d'une présentation au public. Les musées universitaires ont été créés par des savants et pour des savants, afin de conserver les produits de leurs recherches ainsi que des objets à fonction didactique – donc, dans la plupart des cas, échantillons, préparations, modèles et instruments – qui se sont accumulés parfois pendant plusieurs siècles. Lieux de mémoire d'écoles scientifiques souvent anciennes et prestigieuses, plusieurs de ces musées perdirent au début du XX^e siècle leur intérêt en devenant des institutions obsolètes, à la suite de l'évolution de leurs sujets de recherche et, parfois aussi, de l'enseignement. Figés dans leurs collections qui n'étaient plus enrichies par la recherche, et devenus presque inutiles pour des fonctions didactiques, plusieurs de ces musées sombrèrent progressivement dans l'oubli. En plus, certains d'entre eux subirent des déplacements, ce qui entraîna souvent la perte, voire la destruction d'objets ou même de collections entières. Parfois, cela se conclut par l'exposition – ou, dans certains cas, le stockage – dans des locaux inappropriés.

Le regain d'intérêt qui s'est développé au cours des dernières décennies pour les musées universitaires a incité plusieurs d'entre eux à mettre en place des projets de rénovation et d'ouverture au public, les transformant souvent de « musées savants » en « musées communicants ». On a pris conscience de la fonction des musées universitaires comme acteurs de diffusion de connaissances scientifiques et historico-scientifiques, ainsi que comme garants de la conservation et de la valorisation d'un patrimoine culturel. En Italie, au cours des dernières années, les universités ont découvert et souligné l'importance de leur « troisième mission » de service à la société, ce qui a mis en évidence le rôle des

musées¹. Cela s'est accompagné de la mise en place de systèmes muséaux dans la plupart des universités italiennes.

2. Le Système muséal de l'Université de Turin

Le Système muséal de l'Université de Turin (*Sistema Museale di Ateneo*) fut constitué en 2014 pour réunir les musées gérés directement par l'Université. Depuis 1980, plusieurs collections universitaires (Musées de Zoologie et d'Anatomie comparée, de Géologie et de Paléontologie, et de Minéralogie), tout en restant la propriété de l'Université, avaient été réunies dans le *Museo Regionale di Scienze Naturali* (Musée régional de Sciences naturelles) géré par la Région du Piémont (FASOLO 2008).

Le Système muséal de l'Université réunit donc actuellement les musées d'Anatomie humaine « Luigi Rolando », d'Anthropologie criminelle (plus connu sous le nom de « Musée Lombroso »), d'Anthropologie et d'Ethnographie, et, en plus, les Archives scientifiques et technologiques ainsi que leurs collections d'instruments anciens. Des informations sur les divers musées du Système muséal se trouvent sur le site web <https://sma.unito.it/>.

3. Le Palais des Instituts anatomiques

Les musées du Système muséal de l'Université (à l'exception des Archives scientifiques et technologiques²) sont actuellement réunis dans le Palais des Instituts anatomiques, inauguré en 1898. Ce dernier est le siège d'un nouveau pôle muséal turinois ouvert au public depuis 2007. Il est un exemple d'architecture scientifique aux traits éclectiques et néo-renaissance qui soulignent l'importance attribuée à la science à Turin, une ville très positiviste à la fin du XIX^e siècle. Ce bâtiment ancien, se prêtant de moins en moins au développement de laboratoires de recherche modernes, est aujourd'hui utilisé surtout pour des activités d'enseignement et des expositions : le Musée d'Anatomie et le Musée Lombroso sont ouverts au public et le musée d'Anthropologie et d'Ethnographie est en cours de réalisation. Le bâtiment accueille également le Musée des Fruits³ qui, bien qu'il s'agisse d'un musée communal, présente certaines caractéristiques d'un musée universitaire (cependant, il ne fera pas ici l'objet d'une description ni d'une discussion). La

¹ Voir par exemple à ce sujet GIACOBINI *et al.* 2016.

² Les collections des Archives scientifiques et technologiques de l'Université de Turin (ASTUT) sont en cours de transfert dans un bâtiment proche de celui des Instituts anatomiques.

³ En 2002, sur la base d'une convention signée par l'Université et par la Ville de Turin avec l'Institut expérimental pour la nutrition des plantes de Rome, le Musée des Fruits, avec sa riche collection de modèles produits à la fin du XIX^e siècle par Francesco Garnier Valletti, trouva un siège dans le même bâtiment. Même sans faire partie du projet « Musée de l'Homme », le Musée des Fruits contribua au démarrage du pôle muséal et offrit un bel aperçu du positivisme scientifique dont Turin fut la capitale italienne.

possibilité de disposer du Palais des Instituts anatomiques apparut immédiatement idéale pour le développement du pôle muséal, non seulement parce que son architecture scientifique était parfaitement cohérente avec le projet muséal, mais aussi parce qu'un des musées faisant partie du projet – celui d'Anatomie humaine – y était déjà installé, dans des locaux monumentaux spécialement conçus pour lui, et que son déplacement dans un autre bâtiment aurait été une « faute culturelle ».

L'intérêt du bâtiment du point de vue du patrimoine culturel ne se limite pas aux surfaces destinées à une fonction muséale. Il préserve la mémoire du lieu : les salles de cours, la salle de dissection, la bibliothèque, le mobilier de l'époque, les escaliers monumentaux, des bustes d'anciens anatomistes et d'autres œuvres d'art.

Dans le bâtiment, les salles d'exposition des quatre musées occupent actuellement environ 2.000 m², plus environ 1.000 m² pour les réserves (dont une climatisée) et une salle de 30 m² pour un atelier didactique.

4. Un Musée de l'Homme à Turin

Le projet d'un Musée de l'Homme (*Museo dell'Uomo*), dont le Musée d'Anatomie, le Musée Lombroso et le Musée d'Anthropologie et d'Ethnographie feraient partie⁴, est né à Turin en 1989 et s'est concrétisé en 2001 grâce à un accord signé par l'Université de Turin et la Région du Piémont (Département de la Culture), auquel s'associa ensuite la Ville de Turin. Le but du projet est de réunir dans un même bâtiment, le Palais des Instituts anatomiques et, dans un projet culturel commun, les collections universitaires liées aux Sciences de l'Homme, en créant également des espaces pour des expositions temporaires (GIACOBINI et al. 2008A). En 2003, des travaux visant à la restauration des locaux destinés aux fonctions muséales commencèrent dans le Palais, grâce à un financement ministériel et à des contributions de la Région du Piémont et de la Ville de Turin. En même temps, se poursuivirent les travaux de restauration des collections et des vitrines et furent amorcés des groupes de travail pour le renouvellement des musées. Le Musée d'Anatomie et le Musée des Fruits furent ouverts au public en février 2007 et le Musée Lombroso en novembre 2009, donnant ainsi vie à un nouveau pôle muséal turinois.

5. Visiteurs

Les musées du Palais des Instituts anatomiques sont ouverts au public tous les jours sauf le dimanche, de 10 à 18 heures. En 2019, le pôle muséal a accueilli 56.737 visiteurs, donc en

⁴ Le projet prévoit également la réalisation d'un musée sur l'évolution physique et culturelle de l'homme et d'un Musée de la Médecine. Ce dernier serait basé essentiellement sur des collections historiques.

moyenne 186 visiteurs/jour (sur 305 jours d'ouverture). Depuis 2007, il a accueilli 578.223 visiteurs, dont 26,7 % de public scolaire. Les données de 2019 confirment que le musée le plus visité est le Musée Lombroso (26.380 visiteurs), suivi par le Musée d'Anatomie (17.638 visiteurs) et par celui des Fruits (12.719 visiteurs) (fig. 1).

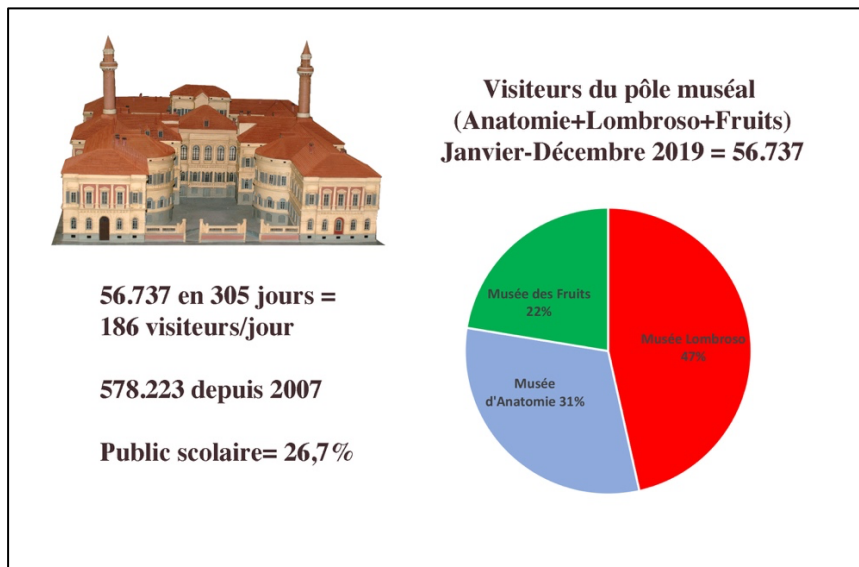


Figure 1 - Les visiteurs du pôle muséal de l'Université de Turin en 2019.
En haut à gauche, une maquette du Palais des Instituts anatomiques qui abrite les musées.

Les ouvertures nocturnes extraordinaires (Nuit des Musées, Nuit des Chercheurs) attirent toujours un public nombreux, au moins un millier de personnes (4.320 pendant la Nuit des Musées de 2014).

6. Le Musée d'Anatomie

Le Musée d'Anatomie « Luigi Rolando » est un musée universitaire typique qui conserve les produits de l'Anatomie traditionnelle – préparations et modèles – qui se sont accumulés pendant presque 300 ans (GIACOBINI *et al.* 2003 ; ABBOT 2008). Il fut créé en 1739 dans le Palais du Rectorat de l'Université et subit par la suite plusieurs déplacements, le dernier en 1898 dans le bâtiment où il se trouve actuellement. Comme beaucoup de musées universitaires au cours du XX^e siècle, il perdit tout intérêt en devenant une institution obsolète. Il fut fermé et relégué, en définitive « heureusement », aux oubliettes. Il est aujourd'hui l'un des rares exemples de musée scientifique du XIX^e siècle qui nous soit parvenu presque inaltéré et il convient de souligner que les musées qui ont conservé ces caractéristiques sont désormais rares en Europe. La présence d'autres vastes locaux dans le même bâtiment lui permit de résister miraculeusement à la pression de l'institution qui, notamment dans les années 70 et 80 du siècle dernier, avait besoin d'aménager de nouveaux laboratoires et de nouvelles salles de cours. Il traversa le XX^e siècle comme

cristallisé pour faire finalement l'objet, au début du XXI^e, d'un projet de restauration avec une réflexion sur ses potentialités de communication vers le grand public (GIACOBINI et al. 2008B).

Les deux salles dans lesquelles les collections sont exposées dans les vitrines d'époque – spécialement conçues pour les abriter – sont caractérisées par une architecture monumentale avec des voûtes d'arêtes, des séries de colonnes en granit blanc et des planchers « à la vénitienne ». Dans la salle principale, les colonnes divisent l'espace en trois nefs, évoquant l'atmosphère d'une église, une sorte de « cathédrale de la science » (fig. 2). En haut des murs, les lunettes sont décorées – huiles sur toile – avec les portraits de personnages importants pour l'histoire de l'anatomie et de disciplines connexes.



Figure 2 - Musée d'Anatomie humaine, Université de Turin. Première salle. Photo : Roberto Goffi.

Le parcours d'exposition mélange les sciences, l'histoire et l'art. Les collections principales sont composées d'une série de plus de 200 modèles en cire (fig. 3), réalisés entre la seconde moitié du XVIII^e et le milieu du XIX^e siècle (GIACOBINI 1997), de modèles en d'autres matériaux (bois, plâtre, papier mâché⁵), de préparations anatomiques originales conservées à sec et dans du liquide et d'instruments anciens. La seconde salle du musée est consacrée au système nerveux, qui est le sujet principal de recherche de l'école anatomique turinoise depuis la fin du XVIII^e siècle. Le personnage le plus célèbre de cette école est Luigi Rolando (1773-1831) à qui le musée est dédié (GIACOBINI et al. sous presse).

⁵ L'écorché en papier mâché en grandeur nature, démontable en 129 parties, conservé dans le musée (fig. 3) est le plus ancien connu parmi ceux qui ont été réalisés par Louis-Jérôme Auzoux. Il est signé par l'auteur sur la cuisse droite : *Auzoux fecit Paris 1830* (PALOUZIE 2017).

Le Musée contient également un fonds de documents et de photographies ainsi qu'une bibliothèque historique.



Figure 3 - Musée d'Anatomie humaine de l'Université de Turin. À gauche, Francesco Calenzuoli, modèle anatomique en cire, Florence, vers 1830. À droite, Louis-Jérôme Auzoux, modèle anatomique en papier mâché démontable en 129 parties, Paris, 1830. Photos : Roberto Goffi.

7. Le Musée Lombroso

Le Musée d'Anthropologie criminelle, créé par Cesare Lombroso (1835-1909) (MONTALDO & CILLI 2015), expose des collections rassemblées par Cesare Lombroso lui-même et par ses collaborateurs ou qui lui ont été envoyées par des collègues. Au cours de la seconde moitié du XX^e siècle, les collections furent transférées dans des locaux inadaptés à une ouverture au public. Plus tard, elles firent l'objet d'un projet de transfert et de rénovation qui conduisit l'ouverture du musée Lombroso en 2009 (ABBOT 2010).

La mission du musée consiste non seulement à conserver et exposer ces collections, mais aussi à diffuser des connaissances sur Lombroso et, avec un regard critique, sur son histoire, ses idées et ses intérêts scientifiques. Le musée a aussi une fonction d'éducation (GIACOBINI *et al.* 2015B). Il invite le visiteur à réfléchir aux questions que Lombroso s'est posées et qui n'ont toujours pas de réponses univoques dans nos pays à l'heure actuelle : « Quelles sont les causes de la criminalité et de la folie ? Sont-elles d'ordre génétique ou environnemental ? Qu'est-ce que la normalité ? » En outre, il interroge aussi la question des femmes et la question raciale. Il invite également à la réflexion sur le fait qu'une certitude scientifique n'existe pas. La théorie de l'atavisme criminel, créée par Lombroso (1876), se

prête très bien pour le démontrer. Suivant cette théorie, le comportement du criminel (et de certains fous) serait lié à des caractéristiques anatomiques primitives. Il s'agirait donc d'un retour vers une condition ancestrale plus agressive. Cette théorie, qui fut largement acceptée par la communauté scientifique, fut ensuite contestée grâce à la méthode scientifique qui met constamment en discussion ses assertions. L'histoire de la théorie de l'atavisme montre bien que la construction de la connaissance scientifique est un processus qui progresse grâce à la démonstration non pas tant de la vérité que de la « falsifiabilité » des données et des théories qui ne résistent pas à la critique.



Figure 4 - Exemples d'œuvres d'art brut. À gauche, meuble secrétaire fabriqué en 1892 par Eugenio Lenzi, interné dans l'hôpital psychiatrique de Lucca, réalisé en utilisant du bois de récupération et des instruments de fortune. Musée Lombroso, Université de Turin. Photo : Roberto Goffi. À droite, sculpture « Le Nouveau Monde », réalisée au début du XX^e siècle par Francesco Toris, interné dans l'hôpital psychiatrique de Collegno (Turin) en utilisant des os récupérés dans la cuisine. Musée d'Anthropologie et Ethnographie, Université de Turin. Photo : Paolo Giagheddu.

Dans ce musée, qui, par ses caractéristiques, est unique au monde, le squelette du professeur Lombroso, légué par testament, accueille les visiteurs. Les collections principales ont été rassemblées au cours de la seconde moitié du XIX^e siècle et au tout début du XX^e siècle et sont représentées par des corps du délit (souvent associés à des informations historiques), des dessins, des photographies, des préparations anatomiques, des moulages, des exemples d'activités créatrices réalisées par des détenus et des malades mentaux. Parmi ces œuvres, il y a de simples objets artisanaux, mais également des exemples remarquables d'art brut (fig. 4) qui font souvent l'objet de demandes de prêt pour

des expositions temporaires. Un projet qui prévoit la réunion de cette collection avec celle du même genre conservée dans le Musée d'Anthropologie et Ethnographie (fig. 4) est en cours d'élaboration. On pourra ainsi présenter au public un ensemble remarquable d'œuvres d'art brut réalisées entre la fin du XIX^e siècle et les années 30 du XX^e siècle.

Le couloir de sortie du musée résume les principaux sujets abordés par Lombroso et met en évidence, plus d'un siècle après sa mort, les développements dans le domaine scientifique et criminologique qui ont été stimulés par ses multiples intérêts.

Des archives historiques, continuellement consultées par des spécialistes, sont associées au musée. Elles contiennent des documents, des dessins, des photographies. Pour des raisons de conservation, celles qui sont exposées dans le musée sont toujours des copies⁶, mais les originaux, gardés dans les archives, peuvent être consultés sur demande.

8. La communication muséale

8.1. Musée d'Anatomie

Le projet de rénovation du Musée d'Anatomie et du Musée Lombroso a suivi des stratégies en partie différentes. Dans le cas du Musée d'Anatomie, l'intérêt principal, à notre avis, résidait dans le fait que, tout de suite après son transfert dans le bâtiment en 1898, il a été fermé et, qu'au cours du siècle suivant, il n'a subi que des modifications négligeables. Il s'était donc « cristallisé » et pouvait offrir au public la rare occasion de visiter un musée universitaire du XIX^e siècle resté presque intact. De plus, les locaux dans lesquels les collections ont été exposées ont été conçus pour accueillir le musée. Leur architecture monumentale souligne l'importance attribuée à cette discipline dans la formation médicale de base de l'Université et, de manière plus générale, à la science dans la société de l'époque, ainsi que le prestige de l'école anatomique turinoise.

La visite du musée met en évidence des aspects qui vont au-delà de l'importance scientifique des collections exposées et qui soulignent son prestige historique, architectural et artistique. Il a été décidé que dans ce musée, où le temps s'était arrêté, il était prioritaire de conserver et de mettre en valeur l'atmosphère de l'époque avec ses vitrines et sa muséographie d'antan, même si cela posait des problèmes en termes de communication : vitrines encombrées d'objets, collections répétitives, absence de textes explicatifs et de lumière dans les vitrines. Mais cette muséographie d'autrefois est désormais – vu sa rareté – devenue elle aussi un patrimoine culturel. Pour éviter cependant que le musée reste muet,

⁶ Dans certains cas, comme ceux d'albums de photographies et de dessins, il s'agit de livres virtuels.

il a fallu le transformer en « musée communicant » sans interférer avec l'atmosphère de l'époque. Cela a été fait de diverses façons :

- Avec une plaquette (version italienne et anglaise) (fig. 5) qui est donnée à chaque visiteur et qui décrit brièvement les 22 objets les plus intéressants des collections, numérotés et identifiés sur les vitrines avec une vignette ;
- Avec un guide (version italienne et anglaise, GIACOBINI *et al.* 2015A) qui peut être acheté ou emprunté à la billetterie ;
- Avec des fiches bilingues (italien et anglais) (fig. 6) réalisées par le dessinateur Lorenzo Dotti, placées à côté de chacune des 63 vitrines, qui donnent des renseignements plus détaillés sur leur contenu (CILLI *et al.* 2016) ;
- Avec des vidéos en italien placées le long du parcours d'exposition qui relatent des histoires d'objets, de personnages et d'événements.



Figure 5 - Plaquette du Musée d'Anatomie humaine, Université de Turin (version anglaise).

Grâce à la présence des riches archives, il a été possible de reconstituer l'histoire de plusieurs objets, ainsi que des personnes qui ont travaillé dans le musée et dans le cabinet anatomique au cours des trois derniers siècles. Le musée est donc en mesure de parler au visiteur en lui racontant des histoires sur les collections et sur les personnages qui les ont créés et étudiés.

À la demande de visiteurs, le musée organise des visites guidées. C'est le cas en grande majorité pour le public scolaire. Des visites adaptées pour les enfants sont également organisées, accompagnées par une comptine (NILO & LANZA 2008).

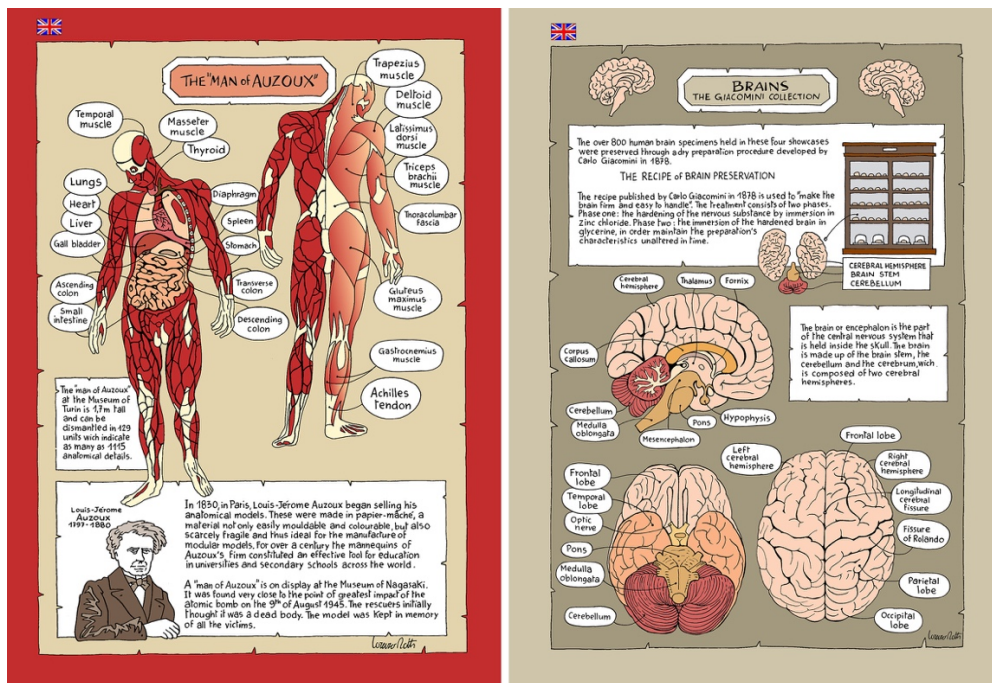


Figure 6 - Musée d'Anatomie humaine, Université de Turin. Exemples de fiches de renseignements (version anglaise) relatives aux vitrines du modèle en papier mâché de Louis-Jérôme Auzoux et de la collection de préparations à sec de cerveaux.

8.2. Musée Lombroso

Bien que ce musée soit d'intérêt historico-scientifique, comme celui d'Anatomie, sa rénovation a suivi des parcours différents. Il a pu être retransféré dans le bâtiment où il avait été exposé entre 1898 et 1947, mais pas dans les mêmes locaux. La muséographie d'origine n'était documentée que par quelques photos et des descriptions du début XX^e siècle. Dans la salle principale, a été évoqué le musée ancien en utilisant quelques vitrines de l'époque qui étaient encore conservées et en utilisant un style d'exposition ancien (fig. 7).

Le musée touche à des thèmes délicats, parfois sensibles, comme la folie et la criminalité et il expose des restes humains. Le projet de rénovation s'est donc centré sur la restauration des collections, mais également sur l'importance de la communication qui a été conçue grâce à la collaboration d'un historien de la science, d'un communicateur scientifique de formation philosophique et d'un architecte-muséographe particulièrement attentif aux problèmes de communication (GIACOBINI *et al.* 2010, 2015B).

Malgré cela, le musée a fait l'objet depuis 2010 de critiques de la part d'un soi-disant « Comité no-Lombroso » motivé par des raisons pseudo-politiques qui revendiquait la « restitution » du crâne du brigand Giuseppe Villella (ANONYME 2013, GARLANDINI & MONTALDO 2016) sur lequel Lombroso a observé une fossette cerebelleuse anormale qu'il a

interprétée comme un caractère primitif et qui est à la base de sa théorie de l'atavisme criminel. Après être passée par les trois degrés de jugement, la Cour Suprême de cassation a donné raison à l'Université de Turin en soulignant la nature patrimoniale et culturelle de ce crâne, très important pour des raisons historico-scientifiques (CILLI *et al.* 2019).



Figure 7 - Musée d'Anthropologie criminelle « Cesare Lombroso », Université de Turin.
Salle principale. Photo : Roberto Goffi.

Comme dans le cas du Musée d'Anatomie, la communication se base sur une plaquette et un guide, les deux en version italienne et anglaise (BIANUCCI *et al.* 2011). En plus, des panneaux en italien associés à des fiches en anglais sont présents dans chaque salle. Des vidéos sont proposées le long du parcours d'exposition. Au début, l'une d'elles montre un dialogue imaginaire entre deux personnages qui aurait eu lieu en 1911 à l'occasion de l'Exposition internationale de Turin, soit deux ans après la mort de Lombroso. L'un des deux personnages est plus âgé et plus sage, tandis que l'autre est plus jeune et enthousiaste par rapport aux progrès de la science et de la technologie qui ont changé la vie de nos pays entre la fin du XIX^e et le début du XX^e siècle, période durant laquelle Lombroso a exercé ses activités. Cette vidéo synthétise l'importance des acquis scientifiques et technologiques de l'époque, soulignant en même temps les limites du progrès. Une autre vidéo, dans la salle où le crâne du brigand Villella est exposé, décrit l'origine de la théorie de l'atavisme criminel et explique les raisons de l'erreur faite par Lombroso. Vers la fin du parcours, le bureau privé de Lombroso est reconstitué et, dans une dernière vidéo, dans un monologue imaginaire, Lombroso fait le bilan de sa vie scientifique, de ses succès et de ses fautes, et soulève des questions sur la nature de la folie et de la criminalité qui n'ont toujours pas trouvé de réponses aujourd'hui. Dans la salle dédiée aux produits de l'activité créatrice des détenus sont exposés une centaine de pots en céramique avec lesquels on leur donnait à

boire et qu'ils ont gravés avec des messages et des dessins. Une borne interactive 3D (fig. 8) permet de les examiner tous en les faisant tourner, en agrandissant des détails et en décryptant des légendes parfois argotiques ou difficiles à lire.



Figure 8 - Musée d'Anthropologie criminelle « Cesare Lombroso », Université de Turin. La borne interactive 3D dans la salle où sont exposés les pots en céramique gravés par des détenus. Photo : Nadia Pugliese.

Comme dans le cas du Musée d'Anatomie des visites guidées sont organisées, surtout pour le public scolaire. Un fort message antiraciste est diffusé au cours des visites organisées pour les enfants des écoles élémentaires auxquels on distribue une brochure intitulée « À chacun son visage. Pour une citoyenneté tolérante et ouverte à la diversité » (LANZA & NILO 2008).

Bibliographie

ABBOT Allison, 2008 : « Hidden treasures : Turin's Anatomy Museum », *Nature*, n° 455, p. 736.

ABBOT Allison, 2010 : « Turin's Criminology Museum », *Nature*, n° 463, p. 300.

ANONYME, 2013 : « Homes for bones. A dispute over the skull of an Italian cheese thief highlights the enduring debate over repatriation », *Nature*, n° 501, p. 462.

BIANUCCI Piero *et al.*, 2011 : « Cesare Lombroso » *Museum of Criminal Anthropology. Visitor's guide*, Turin, Edizioni Libreria Cortina.

CILLI Cristina *et al.*, 2019 : « Al Museo Lombroso di Torino, il caso del cranio di Giuseppe Villella : un patrimonio in beni culturali, la sua vera storia, le tappe giudiziarie, le implicazioni giuridiche e museologiche », *Museologia Scientifica*, n° 13, p. 139-150.

CILLI Cristina, MALERBA Giancarla & GIACOBINI Giacomo, 2016 : « Dal libro dei visitatori alle schede di approfondimento del Museo di Anatomia umana di Torino : un esempio di dialogo tra il pubblico e i professionisti museali », *Museologia Scientifica Memorie*, n° 15, p. 117-120.

FASOLO Aldo, 2008 : « Museum of good hopes », *Museologia Scientifica*, n° 2, p. 15-20.

GARLANDINI Alberto & MONTALDO Silvano, 2016 : « The Lombroso Museum in Turin. A reflection on the exhibition and scientific study of human remains », in MURPHY Bernice L. (dir.), *Museums, ethics and cultural heritage*, New York, ICOM & Routledge, p. 319-327.

GIACOBINI Giacomo, 1997 : « Wax model collection at the Museum of Human Anatomy of the University of Turin », *Italian Journal of Anatomy and Embryology*, n° 102, p. 121-132.

GIACOBINI Giacomo, CILLI Cristina & MALERBA Giancarla, 2003 : « Il Museo di Anatomia umana », in GIACOBINI Giacomo (dir.), *La memoria della Scienza. Musei e collezioni dell'Università di Torino*, Turin, Editris, p. 143-154.

GIACOBINI Giacomo, CILLI Cristina & MALERBA Giancarla, 2008A : « Turin's Museum of Mankind. An ongoing project », *Museologia Scientifica*, n° 2, p. 21-31.

GIACOBINI Giacomo, CILLI Cristina & MALERBA Giancarla, 2008B : « Il restauro del Museo di Anatomia umana Luigi Rolando dell'Università di Torino », in CILLI Cristina, MALERBA Giancarla & GIACOBINI Giacomo (dir.), « Il patrimonio della scienza. Le collezioni di interesse storico. Atti del XIV Congresso ANMS (Torino, 10-12 novembre 2004) », *Museologia Scientifica Memorie*, n° 2, p. 228-233.

GIACOBINI Giacomo, CILLI Cristina & MALERBA Giancarla, 2010 : « Il riallestimento del Museo di Antropologia criminale Cesare Lombroso dell'Università di Torino. Patrimonio in beni culturali e strumento di educazione museale », *Museologia Scientifica*, n° 4, p. 137-147.

GIACOBINI Giacomo, CILLI Cristina & MALERBA Giancarla, 2015A : « Luigi Rolando », *Museum of Human Anatomy, University of Turin. Visitor's guide*, Turin, Edizioni Libreria Cortina.

GIACOBINI Giacomo, CILLI Cristina & MALERBA Giancarla, 2015B : « Il nuovo allestimento : patrimonio in beni culturali e strumento di educazione museale », in MONTALDO Silvano & CILLI Cristina (dir.), *Il Museo di Antropologia criminale « Cesare Lombroso » dell'Università di Torino*, Milan, Silvana Editoriale, p. 23-31.

GIACOBINI Giacomo, CILLI Cristina & MALERBA Giancarla, 2016 : « Scientific museums, instruments of museum communication and education. The turinese example in service of the third mission », *Museologia Scientifica*, n° 10, p. 61-67.

GIACOBINI Giacomo, CILLI Cristina & MALERBA Giancarla, sous presse : « Exploring the Anatomy Museum of the University of Turin », in SANDRONE Stefano & LORUSSO Lorenzo (dir.), *The Birth of Modern Neuroscience in Turin*, Oxford University Press.

LANZA Amilcare & NILO Maria, 2010 : « A ciascuno la sua faccia ! Verso una cittadinanza tollerante e aperta alla diversità », Turin, Museo di Antropologia criminale « Cesare Lombroso ».

LOMBROSO Cesare, 1876 : *L'uomo delinquente, studiato in rapporto all'antropologia, alla medicina legale ed alle discipline carcerarie*, Milan, Hoepli.

MONTALDO Silvano & CILLI Cristina, 2015 : *Il Museo di Antropologia criminale Cesare Lombroso dell'Università di Torino*, Milan, Silvana Editoriale.

NILO Maria & LANZA Amilcare, 2008 : *Al museo con la filastrocca. quaderno didattico per le scuole elementari*, Turin, Museo di Anatomia umana.

PALOUZIE Hélène, 2017 : *Prodiges de la nature. Les créations du docteur Auzoux (1797-1880)*, Montpellier, Direction régionale des Affaires culturelles.

Notice biographique

Giacomo Giacobini est professeur émérite d'anatomie humaine à l'Université de Turin et membre de l'Académie des sciences et de l'Académie de médecine de Turin. Il est directeur du Musée d'anatomie humaine et a été président du Système muséal de l'Université. Il a coordonné le projet de restauration du Musée d'anatomie ainsi que celui du Musée Lombroso d'anthropologie criminelle. Il a été président de l'Associazione Nazionale Musei Scientifici et de l'Associazione italiana d'archéozoologie. Il est membre du conseil scientifique de l'Institut de paléontologie humaine de Paris et membre correspondant du comité des travaux historiques et scientifiques (section de pré- et protohistoire). Il a été membre du conseil du Musée de l'Homme. Son activité de recherche concerne l'étude de restes humains néandertaliens et de sépultures du paléolithique supérieur mais aussi des sujets de muséologie, en particulier l'histoire des collections.

Maria Cristina Oliveira BRUNO

Les musées universitaires et l'inclusion sociale. Regards sur différents publics

Résumé

Cet article présente le profil des musées universitaires à partir de leurs trois fonctions fondamentales : l'enseignement, la recherche et la vulgarisation. Il défend que ces musées ont des caractéristiques transnationales et ont un rôle important dans l'inclusion sociale, en collaborant à la formation de nouveaux professionnels pour les institutions muséologiques, à l'identification de la diversité de leurs publics à partir de la recherche systématique et avec l'introduction de la pédagogie muséologique à l'Université. Il est organisé en deux parties : (1) les musées universitaires et le contexte brésilien : brèves considérations et singularités, et (2) musées universitaires et inclusion sociale : quelques expériences du MAE/USP.

Mots-clés : musée, université, inclusion.

Abstract

This article presents the profile of university museums as from their three basic functions: teaching, research and extension. It defends that those museums have transnational characteristics and have a strong role in social inclusion, collaborating with the formation of new professionals for the museological institutions, with the identification of the diversity of their publics from systematic research and with the introduction of museological pedagogy at the university. It is organised in two topics: (1) the university museums and the Brazilian context: brief considerations and singularities, and (2) University museums and social inclusion: some experiences of the MAE/USP.

Keywords : museum, university, inclusion.

Présentation

« Valoriser l'importance du regard capable de découvrir les marques des cicatrices et le registre du singularisant et de l'identifiant » (BAUCH, 2001)¹

Merci beaucoup pour l'invitation de l'Université de Liège, qui me donne l'occasion de partager quelques idées sur les musées universitaires. Je félicite les organisateurs du colloque pour la pertinence des approches évoquées ici et qui sont désormais enregistrées dans cette publication.

Mon point de vue ou mon argument central, dans cette présentation, a pour inspiration la réalité brésilienne, en particulier liée à mon expérience professionnelle depuis quatre décennies à l'Université de São Paulo.

Quand on parle de musées universitaires, nous trouvons des caractéristiques transnationales qui peuvent être vérifiées dans différents pays et dans différents types de collections. Mais ce sont les fonctions universitaires qui qualifient le caractère unique de ces musées à partir de leurs trois fonctions : enseignement, recherche et action socioculturelle, qui ensemble - directement ou indirectement - permettent différentes perspectives d'inclusion sociale. Les musées dans ce contexte, à leur tour, ont des potentialités spécifiques qui peuvent aider les universités dans leur dialogue avec les sociétés.

Ce texte, selon ma présentation lors du colloque, est organisé en deux parties :

1. Les musées universitaires et le contexte brésilien : brèves considérations sur leurs singularités.
2. Les musées universitaires et l'inclusion socioculturelle : quelques expériences du Musée d'Archéologie et d'Ethnologie de l'Université de São Paulo, Brésil.

¹ Phrase extraite du catalogue de présentation chorégraphique présenté à São Paulo (traduction de l'auteur).

1. Les musées universitaires et le contexte brésilien : brèves considérations sur leurs singularités

Les musées universitaires au Brésil sont situés dans des universités publiques² ou privées³, insérées dans des contextes socioculturels des différentes régions du pays, et sont responsables de collections reflétant de nombreux domaines de connaissance ainsi que la diversité culturelle du pays et de l'étranger.

Le premier musée brésilien – un musée d'histoire naturelle créé en 1818 dans le cadre de la colonisation dans la ville de Rio de Janeiro – est devenu successivement un musée impérial, national, puis universitaire. Depuis la grande tragédie de l'incendie de 2018, il est en cours de reconstruction. Dès la fin du XIX^e siècle, et en particulier au début du XX^e siècle, ce type d'institution émerge dans toutes les régions du pays.



Figure 1 – Museu Nacional/Universidade Federal do Rio de Janeiro (1818). Photo : MCOBruno.

Certaines trouvent leur origine dans l'histoire des universités et d'autres ont été recueillies à partir des années 1960. Il est possible d'identifier au moins trois vecteurs communs permettant d'expliquer la constitution de leurs collections :

1. Organisation à partir de collections de spécimens naturels et d'artefacts de la culture matérielle ;
2. Articulation autour des instruments de recherche et d'enseignement et des archives institutionnelles ;

² Au Brésil, il existe des universités fédérales, liées au Ministère de l'Éducation, et d'autres qui dépendent des gouvernements régionaux (États), comme l'Université de São Paulo.

³ Les universités privées, dispersées dans tout le pays, sont liées à différentes organisations commerciales, mais suivent les règles du Ministère de l'Éducation.

3. Développement à travers des collections héritées ou achetées par les universités et utilisées comme bases de la recherche et de l'enseignement.

Cette historicité et ce contexte académique permettent différents contacts et interactions avec la société, surtout relativement à la réalité brésilienne. Ces aspects communs sur les formes d'organisation de leurs collections, sur les stratégies de valorisation des instruments de recherche et de la mémoire institutionnelle, ainsi que sur le développement d'actions académiques de préservation du patrimoine, nous amènent à identifier que les musées universitaires représentent une typologie spécifique dans le cadre des institutions muséales. En effet, ces musées introduisent dans les universités la perspective de préservation ainsi qu'une certaine pédagogie muséologique.

Chez nous, il existe une stratégie professionnelle qui articule et coordonne nos actions depuis 1992, à partir de l'organisation d'événements académiques qui traitent de nos problèmes communs. Cette articulation a conduit à la création du « Forum Permanent des Musées Universitaires » et, plus récemment, à l'organisation du « Réseau des Musées et Collections Universitaires ». Lors de notre dernière réunion (2018), nous avons rédigé le document « Lignes Directrices pour une Politique des Musées et des Collections Universitaires », repris et traduit ci-dessous :

« Le Forum permanent des musées universitaires, réuni à l'Université Fédérale de Minas Gerais, à Belo Horizonte, entre le 9 et le 11 octobre 2018, à l'occasion de sa cinquième réunion, reconnaît :

- 1) Que les collections universitaires et les musées sont responsables de la préservation de parties importantes du patrimoine culturel brésilien, constituées par des traces de tous les domaines de la connaissance.
- 2) Que les collections universitaires et les musées sont des sources et des références importantes pour l'enseignement, la recherche et la vulgarisation.
- 3) Que les collections universitaires et les musées sont des sources et des références importantes pour la mémoire et le développement des universités et de la société, correspondant aux préoccupations scientifiques et culturelles des communautés locales et à l'échelle mondiale.
- 4) Que les facteurs mentionnés ci-dessus rendent indispensable l'adoption d'une politique de préservation de ce patrimoine au Brésil, formulée avec la participation de la communauté universitaire, largement diffusée et révisée périodiquement, conformément aux principes et directives recommandés ci-dessous.

1. La gestion des musées et des collections universitaires

Considérant :

- a) Que la gestion des musées et des collections universitaires devrait rechercher des alternatives, assurer la continuité des politiques et actions, en cohérence avec l'engagement concernant l'université publique gratuite, élargissant et renforçant les principes démocratiques;
- b) Que les musées et collections universitaires sont des espaces de gestion créative et que leur interface avec la société est fondamentale.

Il est recommandé de :

- a) Promouvoir la reconnaissance, au sein du Ministère de l'Éducation, des musées et des collections universitaires, en tant que structures indispensables à la formation et au développement de la citoyenneté.
- b) Intégrer les musées et les collections universitaires dans les cours de premier cycle et des cycles supérieurs, à travers des disciplines, des stages, des projets de recherche et de vulgarisation, en les insérant dans le processus académique et en observant l'inséparabilité entre l'enseignement, la recherche et l'action socio-culturelle (formes de production de connaissances conçues selon des relations dialogiques et transformatrices entre l'université et la communauté, intégrées au programme).
- c) Insérer les biens culturels sous la garde des musées et des collections universitaires dans le système des actifs patrimoniaux des IES (Établissements d'Enseignement Supérieur).
- d) Rechercher des moyens d'intégration et d'interaction entre les musées et les collections universitaires et avec la société, par la création et/ou le renforcement de réseaux, systèmes et associations d'amis.
- e) Assurer l'institutionnalisation des musées et des collections universitaires, en donnant la priorité pour relier ces espaces aux bureaux des recteurs ou des pro-rectorats à l'action citoyenne et à la Culture, dans le respect du caractère interdisciplinaire et transversal de ces missions et actions.
- f) Assurer le financement des musées et des collections universitaires, à travers le budget universitaire et la collecte de fonds pour la promotion, la recherche et l'innovation, la culture, la science et l'éducation, au niveau municipal, régional et fédéral.
- g) Élargir le cadre fonctionnel des musées et des collections universitaires, avec les appels d'offres publics et avec les politiques de redistribution du personnel technique de l'IES.

h) Assurer une politique de formation et de qualification des managers et du personnel technique des musées et collections universitaires.

2. Sauvegarde

Considérant :

- a) Le caractère unique des collections universitaires, constituées dans le développement de projets de recherche, dans l'exercice d'activités pédagogiques, dans les expériences communautaires originales et par des dons de la société.
- b) Que ces collections sont des instruments de communication fondamentaux pour les communautés universitaires.
- c) Cette sauvegarde n'est possible que lorsque les collections sont connues, reconnues et divulguées.
- d) Le caractère interdisciplinaire et potentiellement générateur de la recherche, de l'enseignement et des actions socio-culturelles des activités de sauvegarde des collections universitaires.
- e) La vulnérabilité des bâtiments et des collections qui font partie du patrimoine de l'université, en raison de structures physiques déficientes, du manque de personnel spécialisé et de ressources budgétaires limitées.

Il est recommandé de :

- a) Assurer la formation d'équipes professionnelles conformes aux approches interdisciplinaires de la sauvegarde des collections universitaires, en observant des compétences connexes installées dans les universités.
- b) Comprendre les actions et les mesures de sauvegarde comme des initiatives qui doivent précéder et subventionner des projets de promotion et d'expansion des collections universitaires et des collections.
- c) Effectuer des diagnostics des collections universitaires, permettant de hiérarchiser l'investissement de ressources dans les collections en danger.
- d) Élaborer et mettre en œuvre des plans de gestion des risques dans les musées et les collections avec le personnel universitaire, tout en prévoyant une formation périodique des équipes (par exemple la prévention et la lutte contre les incendies).
- e) Encourager l'identification de différents types de collections avec la collaboration d'étudiants universitaires, conformément aux méthodologies déjà établies dans le domaine de la documentation muséologique et du traitement des archives et bibliothèques.
- f) Promouvoir la création de réserves - concevoir, si possible, des alternatives - et le partage comme moyen d'améliorer l'utilisation des ressources financières et l'action d'équipes de spécialistes.

g) Développer, dans les actions de sauvegarde, des stratégies de visibilité et, si possible, la participation et/ou l'implication de la société, visant à faire prendre conscience de l'importance de préserver les collections universitaires.

3. Communication

Considérant :

- a) Le caractère central des musées et des collections universitaires pour la recherche, l'enseignement et l'action socio-culturelle.
- b) Que les musées et collections universitaires devraient agir conformément aux principes de l'inclusion sociale et de l'expansion des droits de citoyenneté, englobant la diversité des publics actuels et potentiels.
- c) Que les musées et les collections universitaires, en raison de leur rôle, parfois, principalement pour répondre aux exigences spécifiques de l'enseignement et de la recherche, présentent des faiblesses dans la dimension communicationnelle, dues à l'invisibilité de leurs collections.

Il est recommandé de :

- a) Promouvoir la conservation partagée des expositions, en garantissant des perspectives et des approches interdisciplinaires de façon à intégrer la communauté universitaire et le public externe.
- b) Assurer l'accès aux expositions des musées universitaires.
- c) Former des professionnels pour traiter avec différents publics.
- d) Encourager la formation collective et la planification d'actions de communication, intégrer des équipes de professionnels des musées et des collections universitaires.
- e) Encourager la recherche publique dans le but de soutenir l'éducation et les expositions plus affirmées.
- f) Promouvoir la production de matériel pour la diffusion des collections, ainsi que les activités de recherche, d'enseignement et de vulgarisation menées dans le cadre des musées et collections universitaires.
- g) Encourager l'expérimentation de différents langages et formats pour la diffusion des musées et collections universitaires - sites Internet, newsletters, réseaux sociaux, catalogues, collections en ligne - visant à élargir l'accès du public.

4. Le Forum Permanent des Musées Universitaires

Considérant :

a) Que le Forum Permanent des Musées Universitaires (FPMU) a été constitué dans un réseau qui articule politiquement et techniquement musées et collections d'établissements d'enseignement supérieur, travaillant en collaboration et en complémentarité avec les gestionnaires de musées et collections universitaires.

b) Que le FPMU intègre la diversité du patrimoine scientifique et culturel, à travers différentes formes de connexion académique et différentes modalités institutionnelles - musées, collections, centres de mémoire, centres de documentation, observatoires, parcs, herbiers, etc.

Il est recommandé au FPMU de :

a) Encourager les universités et leurs dirigeants à formuler des politiques pour les musées et collections, conformément à la législation et aux recommandations nationales et internationales en vigueur, en assurant les aspects techniques, physiques, financiers, structurels et destinés à sauvegarder et à communiquer le patrimoine scientifique et culturel sous leur garde et responsabilité.

b) Promouvoir la reconnaissance du potentiel des musées et des collections à coordonner des activités cruciales pour la vie universitaire, précisément les principales fonctions : la recherche, l'enseignement et la vulgarisation, justifiant ainsi la demande d'investissements permanents.

c) Promouvoir et soutenir les réseaux de musées et de collections universitaires locales, établir des actions conjointes et des relations réciproques qui renforcent les articulations du FPMU.

d) Promouvoir la création d'une base de données sur les musées et les collections universitaires au Brésil.

e) Développer des actions pour faire connaître le FPMU, en veillant à ce que tous les musées et les collections universitaires soient contactés pour chaque événement.

f) Promouvoir la création de chambres ou de groupes de travail dédiés aux différents domaines d'activités du champ muséal, visant à la formulation de lignes directrices et de recommandations pour les musées et les collections universitaires.

g) Établir un calendrier des événements de le FPMU, y compris des événements nationaux et régionaux ou sectoriel.

h) Diffuser, de manière systématique, des informations sur les événements nationaux et internationaux, les normes internationales relatives aux musées et aux collections universitaires, les résultats des réunions du FPMU et autres informations d'intérêt »⁴.

⁴ Il est à noter que ce document présente des questions pertinentes liées à la réalité brésilienne (traduction du document depuis le portugais).

Il existe également des projets de maîtrise et de doctorat qui étudient cette typologie des musées, ainsi que des projets de recherche majeurs axés sur l'enquête et l'analyse des musées universitaires brésiliens, comme l'étude que j'ai utilisée comme référence, sous la coordination de Marcos Granato.⁵

Ce mouvement de professionnels et d'institutions fait en quelque sorte partie des projets de la Politique Nationale des Musées du Ministère de la Culture depuis 2003⁶ qui ont mis en œuvre diverses stratégies en faveur des musées. Ces actions ont également établi des liens avec le Comité des Musées Universitaires de l'ICOM (UMAC). Par ailleurs, de nombreux professionnels de ces musées participent également à d'autres comités de l'Icom.

Dans de nombreuses universités brésiliennes, les musées et collections ont mis en place différentes formes spécifiques d'action commune, de projets de réseaux et d'autres formes de dialogue.

Je voudrais souligner qu'au moins au cours des vingt dernières années, au Brésil, il y a eu un mouvement de rapprochement entre les professionnels qui travaillent dans ces musées. Actuellement, nous pouvons identifier les nombres suivants de musées universitaires, répartis par régions⁷, comme indiqué sur la figure suivante :

⁵ Marcos Granato, *Patrimônio Cultural de Ciência e Tecnologia e Museus Universitários: pesquisa, análise e caracterização de relações estratégicas* / MAST, 2019.

⁶ Ce Ministère est aujourd'hui le « Secrétariat de la Culture ». Il existe aussi un Institut Brésilien des Musées.

⁷ Les musées brésiliens sont au nombre de 3.744, 415 d'entre eux sont universitaires.



Figure 2 - Nombre de musées universitaires dans les différentes régions du Brésil. Photo : MCOBruno.

À partir de ces variables, nous pouvons voir que parmi les musées universitaires, il existe une distinction typologique claire qui, à son tour, est liée aux formes d'organisation muséologique et de conservation des collections⁸.

Il faut souligner que l'insertion des musées dans les universités permet la valorisation des actions liées à la pédagogie muséologique, à savoir :

« La pédagogie muséologique est entendue comme les réciprocitys entre les actions suivantes : l'identification de la muséalité qui est responsable des propositions pour encourager l'observation et la perception ; l'amélioration de la perception sélective qui réitère le potentiel de l'exercice du regard et l'identification de ce qui est vu ; cette prise de conscience des possibilités de perception et d'identification conduit à des engagements pour le traitement des biens sélectionnés, ce qui représente à son tour l'initiation à l'utilisation qualifiée des références culturelles, valorisant les processus de constitution du patrimoine culturel grâce à la valorisation des biens patrimoniaux. Ces opérations systématiques et systémiques ont un sens dans le contexte des politiques publiques sur la culture, l'éducation et l'inclusion socio-culturelle

⁸ On peut dire que dans le contexte des musées universitaires, la muséologie a de grandes opportunités pour la construction de dialogues interdisciplinaires avec les domaines de connaissances les plus variés.

basées sur de multiples formes d'interprétation, d'extraversion et de diffusion de ces biens sélectionnés. » (BRUNO, 2014 p. 5)⁹

Cette pédagogie permet également de valoriser les instruments de recherche, les méthodologies utilisées pour l'enseignement et la mémoire des institutions universitaires, en plus de traiter des collections issues des domaines de connaissances les plus variés. Surtout, cette pédagogie introduit le développement d'activités académiques dans la préservation des domaines patrimoniaux dans le contexte universitaire.

2. Musées universitaires et inclusion socioculturelle : quelques expériences du Musée d'Archéologie et d'Ethnologie de l'Université de São Paulo

L'Université de São Paulo est très représentative du paysage universitaire brésilien et présente des chiffres pertinents pour notre réalité : 8 campus, 42 unités d'enseignement et de recherche, 4 musées et 29 collections universitaires, 48 bibliothèques, 5.000 professeurs et 13.000 membres du personnel technique, 89.000 étudiants. Depuis sa création (1934), elle a reçu des collections et elle a constitué de nouveaux musées et plusieurs collections issues de la recherche et de l'enseignement.

Nous disposons aujourd'hui de quatre musées autonomes (Musée Paulista, Musée de Zoologie, Musée d'Art Contemporain et Musée d'Archéologie et d'Ethnologie) et de 29 musées et collections appartenant aux unités d'enseignement. Dans ce contexte, l'USP est impliquée et effectue de nombreuses actions concernant les musées universitaires. Nous pouvons souligner au moins cinq actions pertinentes :

1. La trajectoire pour l'autonomie académique et financière des quatre musées : la carrière d'enseignant est réalisée dans les musées et il existe également des carrières techniques spécialisées; en plus de notre propre budget et de notre insertion de manière autonome dans le statut de l'Université ;
2. L'organisation d'événements académiques axés sur la réflexion sur les musées universitaires, tels que la *Semaine des Musées de l'USP* - un événement qui réunit des professionnels et des étudiants de l'université, d'autres régions du pays et aussi de l'étranger ;
3. Les différentes activités du Centre de Préservation Culturelle ;
4. La réalisation de plusieurs études sur la potentialité et les besoins des musées et des collections (une sorte de cartographie), telles que le *Diagnostic des potentialités*

⁹ Texte inséré dans la communication « La pédagogie muséologique et l'expansion du champ scientifique de la muséologie », présentée lors du 36^e Symposium International du Comité International de Museologie / ICOFOM, qui s'est tenu à Paris en 2014.

des musées de l'USP, que j'ai coordonné en 2000 et mis à jour grâce à l'étude sur le profil actuel de ces musées, menée par Maurício Cândido da Silva (2019)¹⁰ ;

5. La responsabilité des quatre musées pour le *Programme d'Études Supérieures en Muséologie (maîtrise) - PPGmus/USP*¹¹.

Malgré les problèmes rencontrés, les actions muséologiques de l'USP connaissant un certain retentissement à l'intérieur et à l'extérieur de l'université.

Dans ce contexte, le Musée d'Archéologie et d'Ethnologie développe ses actions d'enseignement, de recherche et d'action socioculturelle à partir des questions concernant ses collections sur les sociétés indigènes de la période précoloniale aux Indiens actuels, en passant par les collections africaines et afro-brésiliennes, et les collections de l'ancienne Méditerranée.

Le profil actuel de ce musée est l'héritier de la fusion de l'ancien Musée d'Archéologie et d'Ethnologie, de l'ancien Institut de Préhistoire, des segments d'archéologie et d'ethnologie du Musée Paulista et de la collection Plinio Ayrosa de la Faculté de Philosophie, Lettres et Sciences Humaines (Résolution n° 3560 du 12 août 1989 de l'USP), ainsi que des résultats obtenus au cours des trois dernières décennies, qui ont lié les anciennes générations d'enseignants et de techniciens au nouveau personnel professionnel et aux étudiants qui, progressivement, se sont établis à l'institution, autour d'un modèle de musée qui organise ses activités d'enseignement, de recherche et de vulgarisation autour de processus curatoriaux.

¹⁰ Cette étude a été réalisée dans le cadre du programme post-doctoral au MAE / USP sous ma direction académique et a été diffusée lors d'événements du Réseau des Musées Universitaires.

¹¹ PPGmus/USP a été entamé en 2012, avec des professeurs des quatre musées ainsi que d'autres unités d'enseignement de l'Université et sous la coordination administrative du Musée d'Archéologie et d'Ethnologie et est actuellement sous ma coordination. Il comprend trois axes de recherche, à savoir : (1) Histoire des processus muséologiques, « acervos » et collections ; (2) Théorie et méthode de gestion du patrimoine et processus muséaux ; (3) Sauvegarde du patrimoine culturel et des collections muséales. Jusqu'à présent, nous avons formé 72 maîtres.



Figure 3 - Façade du Musée d'Archéologie et d'Ethnologie. Photo : Ader Gotardo.

Ces processus établissent des liens académiques entre les actions d'interprétation, de conservation, de gestion de l'information, d'expansion des connaissances, de diffusion à travers différents médias, en plus des expositions et des expériences pédagogiques liées aux collections et à la recherche institutionnelle. Des processus qui impliquent également la bonne performance de la bibliothèque se reflètent dans les publications de l'institution, expliquent les résultats des actions de conservation technique et collaborent pour que les actions administratives se spécialisent de plus en plus dans les problématiques des musées universitaires.

Présenter le profil et l'historicité du MAE, c'est s'immerger dans notre trajectoire institutionnelle et faire le point sur les responsabilités actuelles, mais surtout cela permet d'entrevoir des possibilités de construction de scénarios futurs ancrés dans le dialogue interne de l'université, dans les nombreux dialogues interdisciplinaires qui réunissent les différents horizons des Unités/USP et d'autres institutions au Brésil et à l'étranger; dans la réalisation de nos actions d'enseignement, de recherche et de vulgarisation en tant que musée universitaire d'une université publique.

Cela signifie accentuer davantage notre visibilité en tant qu'institution qui a des responsabilités avec des répertoires patrimoniaux consolidés dans les collections archéologiques et ethnologiques, dans les collections bibliographiques et les fonds documentaires; dans des informations à caractère scientifique et d'origine populaire qui dépassent les limites des collections; dans la formation professionnelle pour différents domaines de la science, de l'éducation et de la culture, parmi de nombreuses autres

facettes qui se déploient dans les domaines de l'archéologie, de l'ethnologie et de la muséologie.

D'une manière générale, nous pouvons dire que l'institution accorde une attention particulière aux questions relatives aux :

- Paysages culturels,
- Organisations sociales et célébrations dans le temps et dans l'espace,
- Cosmologies.

Nous pouvons présenter la trajectoire de ce musée à bien des égards et à partir de discours avec des accents différents, ce qui pour nous est presque une métaphore de notre mission qui consiste à interpréter la diversité des manifestations socioculturelles, dans le temps et dans différents territoires. Ces actions d'éducation et de diffusion des connaissances valorisent avant tout les perspectives de la diversité et de l'inclusion sociale avec ses propres projets ou sa participation à plusieurs autres existant à l'Université de São Paulo. Je voudrais noter que l'USP développe de nombreuses actions visant l'inclusion sociale, dans les domaines de la santé, du sport, de l'éducation, des arts, de la culture en général, entre autres.

J'ai choisi de présenter certaines expériences de MAE/USP parmi les nombreuses possibilités qui correspondent aux perspectives d'inclusion sociale.

1. Bourses de stages universitaires pour participer à des projets de musées

- Des étudiants sont insérés dans la logique des musées, à travers des projets proposés par les chercheurs et que les étudiants peuvent choisir, et qui sont soumis à une sélection. Certains étudiants passent par divers projets. D'autres participent à ces stages mais également à nos cours de premier cycle et ensuite, certains poursuivent des études supérieures.



Figure 4 - Travaux de conservation. Photo : Ana Carolina Delgado Vieira.

2. Expositions à l'extérieur du musée, traitant de problèmes contemporains (art indigène & art contemporain)

- Le MAE organise des expositions à l'extérieur de son espace, cherchant à aborder les approches liées aux problèmes contemporains impliquant ses collections et ses recherches. Il s'agit d'orienter de nouveaux questionnements concernant la collection, comme ce fut le cas de l'exposition « Adornos do Brasil Indígena : Resistências contemporâneas » (2016-2017)¹². Cette expérience a présenté un dialogue entre artefacts indigènes et œuvres d'artistes contemporains, autour du problème des ornements, considérant qu'il s'agit d'un objet de référence pour la construction des identités. En particulier, cette exposition a abordé deux axes de réflexion. D'une part, documentation à l'appui, elle a présenté de nombreuses plaintes concernant les attaques contre les peuples autochtones au fil du temps et, d'autre part, elle a problématisé les limites entre les domaines de l'art contemporain. Cette exposition a été présentée dans un Centre Culturel de SESC/Serviço Social do Comércio de São Paul¹³ et a été coordonnée en un travail partagé sous la direction de Maria Cristina Bruno, Moacyr dos Anjos, Carla Gibertoni Carneiro, Ana Carolina Delgado Vieira e Francisca Figols. Elle comportait un intense programme d'actions éducatives et culturelles.

¹² « Parures du Brésil indigène : résistances contemporaines »

¹³ Service Social du Commerce



Figure 5 - Détail de l'exposition (2016-2017). Photo : Ader Gotardo.

3. Réserve visitable : le déploiement des possibilités de diffusion et d'éducation

- Outre les réserves de l'institution, qui regroupent les différentes collections et où le MAE accueille également des étudiants et des visiteurs spécialisés, le musée maintient une réserve thématique et visitable sur l'Amazonie. Dans cet espace, des étudiants de différentes tranches d'âge sont reçus et différents projets éducatifs sont réalisés.



Figure 6 - Détail de la réserve visitable. Photo : Ader Gotardo.

4. Les projets avec nos voisins : communauté Favela São Remo

- Les professionnels des musées travaillent avec cette communauté depuis de nombreuses années, afin d'ouvrir le musée, mais aussi dévoiler nos activités. Il s'agit d'un projet à long terme, coordonné par Camilo de Mello Vasconcelos et Maurício André da Silva, qui s'articule autour de différents thèmes concernant le patrimoine, la ville, le musée, l'éducation, en vue d'exercer la citoyenneté. Certains participants qui ont commencé des activités étant enfants sont aujourd'hui des adultes.
- Les activités sont orientées vers des actions muséologiques et proposent aussi de vivre avec le musée lui-même dans sa vie quotidienne. Il s'agit d'un effort conjoint avec l'Espace Girassol de la communauté elle-même, comme le montrent les photos ci-dessous :



Figure 7 - Activités avec des objets ethnographiques. Photo : Ader Gotardo.

5. Exposition collaborative avec les Indigènes

- Le travail de l'exposition « Resistência Já : Fortalecimento e união das culturas indígenas Kaingang, Guarani Nhandewa e Terena »¹⁴ a commencé dans la réserve par l'identification des collections respectives avec la participation des indigènes, sur la coordination de Marília Xavier Cury. Cette initiative s'est poursuivie tout au long de l'élaboration conjointe de l'exposition ainsi que dans l'action de médiation. Toutes les actions et décisions ont été partagées avec les peuples autochtones.

¹⁴ « Résistance déjà : Renforcer et unir les cultures indigènes de Kaingang, Guarani Nhandewa et Terena »



Figure 8 - Détail de l'exposition. Photo : Ader Gotardo.

Considérations finales

Je viens de présenter quelques aspects des différents projets du Musée d'Archéologie et d'Ethnologie pour souligner les nombreuses possibilités d'un musée universitaire, parmi lesquelles je tiens à souligner la formation de nouveaux professionnels plus sensibles, l'identification de la diversité des visiteurs et l'introduction dans l'université de la pédagogie muséologique.

Dans une perspective muséologique, il est nécessaire de connaître et de déchiffrer la trace des cicatrices socio-historiques insérées dans les collections du répertoire patrimonial des musées, mais aussi de valoriser ce qui singularise et identifie les groupes sociaux et en ce sens, les musées universitaires ont de nombreuses voies pour atteindre ces objectifs.

Les musées ajoutent les valeurs aux engagements universitaires et, malgré tous les problèmes qu'ils peuvent rencontrer, ils apportent aux universités un peu plus de sensibilité et de respect pour la production scientifique et culturelle.

Bibliographie

BAUCH Pina, 2001 : *Catalogue de présentation chorégraphique*, São Paulo.

BRUNO Maria Cristina Oliveira, 2020 : « Museologia: entre abandono e destino », *Museologia & Interdisciplinaridade*, vol. 9, n° 17, janvier-juillet, p. 19-27.

BRUNO Maria Cristina Oliveira, 2014 : « La pédagogie muséologique et l'expansion du champ scientifique de la museologia », communication orale lors du 36e Symposium International du Comité International de l'ICOFOM, Paris.

GRANATO Marcos, 2019 : *Patrimônio Cultural de Ciência e Tecnologia e Museus Universitários: pesquisa, análise e caracterização de relações estratégicas*, Museu de Astronomia e Ciências Afins, Rio de Janeiro.

Notice biographique

Cristina Bruno est muséologue et professeure titulaire en muséologie au Musée d'Archéologie et d'Ethnologie de l'Université de São Paulo. Vice-directrice et directrice de ce musée, elle participe au programme post-universitaire « Interunits » en muséologie. Diplômée en histoire, spécialiste en muséologie, titulaire d'un master en histoire sociale et d'un doctorat en archéologie, Cristina Bruno est professeur en muséologie à l'Université de São Paulo. Elle est spécialiste dans la communication muséologique (exposition et action éducative et culturelle) et dans l'élaboration et la production de programmes, de réseaux et de systèmes muséaux, ainsi que dans l'enseignement de troisième cycle.

COMMUNICATIONS

Selma ZAIANE-GHALIA

Le musée acadien de l'université de Moncton (MAUM) : un lieu de formation exceptionnel

Résumé

Le Musée acadien de l'Université de Moncton est gratuit pour toute personne étudiante, il reste pourtant sous-utilisé. Nous avons décidé d'y amener les personnes inscrites au cours « Loisir et culture ». C'est un cours optionnel qui gagne en popularité au point que le quota maximum fixé à vingt places est dépassé avec trente-et-une inscriptions acceptées en 2019 (2012 : 5; 2014 : 10 ; 2016 : 20 ; 2018 : 22). Ceci nous permet d'évaluer le processus pédagogique mis en place qui comporte un travail approfondi sur les musées via notre musée universitaire. Le Musée acadien organise, annuellement, plusieurs conférences et ateliers, ainsi que des expositions temporaires, en plus d'une exposition permanente qui présente l'histoire acadienne, le grand dérangement, et expose le premier drapeau acadien. Nous présenterons comment le musée est utilisé en mettant l'accent sur les bénéfices retirés par les personnes étudiantes et soulignerons l'impact identitaire sur certains jeunes acadiens et leur nouveau regard sur la richesse de leur patrimoine culturel, qu'ils sauront valoriser sur le plan des loisirs et du tourisme, à travers cet exercice et leurs commentaires. Le Musée acadien offre une grande variété de situations d'apprentissage autour desquelles des activités pédagogiques peuvent être organisées : muséographie, œuvres exposées, gestion des collections, les réserves, communication, promotion (communiqués de presse, site web, Facebook, twitter, etc.) et collaborations externes (prêt d'œuvres, travaux de recherche, exposition itinérantes).

Mots-clés : musée universitaire, Acadie, apprentissage expérientiel, approche participative, découverte de soi.

Abstract

The Musée acadien at the University of Moncton is free for any student, yet it is underutilized. As part of our course « Leisure and Culture » we introduced the students to the environment. This optional course, is gaining in popularity to the point that the maximum quota set at twenty places is exceeded with thirty-one registrations accepted in 2019 (2012: 5; 2014: 10; 2016: 20; 2018: 22). This allows us to evaluate the pedagogical process put in place, which involves in-depth work on museums through our university museum. The Musée acadien organizes several conferences and workshops annually, as well as

temporary exhibitions, in addition to a permanent exhibition that presents the acadian history, the deportation, and displays the first acadian flag. We will present how during the course we use the museum by focusing on the benefits that students receive and highlight the impact on identity on some young Acadians and their new perspective on the richness of their cultural heritage. Thus increasing their appreciation for its value in terms of leisure and tourism, through this exercise and their comments. As a setting for the course, the Musée acadien offers a wide variety of learning situations that pedagogical activities can be organized around: museography, exhibited works, collections management, reserves, communication, promotion (press releases, website, Facebook, twitter, etc.) and external collaborations (loan of works, research work, travelling exhibition).

Keywords : university museum, Acadia, experiential learning, participatory approach, self-discovery.

Introduction

Le recours à l'espace muséal comme espace éducatif faisant partie intégrante d'un cursus scolaire est documenté par plusieurs auteurs en ce qui a trait aux apprentissages en primaire (CORMIER & SAVOIE 2011 ; LAROUCHE, FILLON & LANDRY 2015 ; MARTIN 2015). D'autres auteurs s'intéressent à l'éducation muséale de manière plus générale ou à la formation des futurs enseignants à l'utilisation pédagogique des musées (ALLARD & LEFEBVRE 2001; BÉLANGER & MEUNIER 2011). Dans notre travail, nous nous penchons sur la valeur ajoutée actuelle de l'espace muséal, sur ses apports pour nos apprenants, futurs gestionnaires dans le domaine culturel, dans le cadre du cours « Loisir et Culture », mais aussi sur son impact identitaire pour certains jeunes et sur le nouveau regard que portent nos apprenants sur la richesse de leur patrimoine culturel.

1. Le musée acadien de l'Université de Moncton : lieu de sauvegarde des artefacts de l'histoire acadienne au Nouveau-Brunswick

Fondé en 1886 au sein du Collège Saint-Joseph de Memramcook par le père Camille Lefebvre, le musée acadien a déménagé à plusieurs reprises (1898, Monument Lefebvre; 1914, retour au troisième étage du Collège Saint-Joseph; 1953, transfert partiel à Moncton). Après avoir passé 20 ans aux oubliettes, il refait surface en 1980 dans un bâtiment aux normes muséales, avec une atmosphère contrôlée, sur une superficie de 1 700 m² : dans le pavillon Clément-Cormier sur le campus de l'Université de Moncton (LEBLANC 2007). C'est le plus important musée sur la thématique de l'histoire et de la culture acadienne. Il abrite la plus riche collection d'objets sur ce sujet : 35.000 objets et photographies en 1974 (CORMIER 1974) et plus de 44.000 aujourd'hui dont l'exemplaire unique du premier drapeau acadien. Le musée, sa collection plus spécifiquement, a fêté ses 130 ans d'histoire en 2016. La tutelle de sa gestion a été annexée à la bibliothèque Champlain en 2011, octroyant ainsi plus de visibilité au musée tout en fêtant son 125^e anniversaire.

Le musée présente en moyenne deux expositions temporaires par année. L'exposition permanente, réalisée en 2004 dans le cadre des commémorations du 400^e anniversaire de la fondation de l'Acadie, ouverte en 2005, s'intitule « L'aventure acadienne ». C'est à cette époque que des postes d'écouteurs et des vidéos ont été incorporés dans le musée. L'exposition présente l'Acadie des Maritimes depuis 1604. Le parcours est pédagogique et il est conçu de façon chronologique : « on marche à travers le temps ». Grâce à des changements de couleur sur le plancher, on identifie les thématiques de la pêche, de l'agriculture, de l'éducation, de la politique, de l'influence du poème « Évangeline », des arts, du commerce, etc. (fig. 1). Les murs changent de couleur pour différencier l'Acadie française et l'Acadie anglaise. Le renouvellement de l'exposition permanente en 2004 a

bénéficié de la fine pointe de la recherche en sciences humaines et en sciences sociales sur la société acadienne grâce à la localisation du musée sur le campus de la plus grande université francophone au Canada hors Québec (LAFLEUR 2011). Le musée est le plus ancien et le plus grand des nombreux musées acadiens que l'on trouve dans les provinces Maritimes, au Québec et en Louisiane (LEBLANC 2007).



Figure 1 - Vue sur l'exposition permanente. Photo : S. Zaiane-Ghalia.

2. Méthodologie et population

Nous avons conçu un modèle d'enseignement pluridisciplinaire actif, centré sur la « personne étudiante » qui est capable de construire son savoir et ses apprentissages, œuvrant pour une transmission de savoir-faire plutôt que de savoirs. Plusieurs recherches tendent à démontrer les bienfaits d'approches éducatives et formatives qui ne se limitent pas à un seul modèle d'enseignement (BRÄUER 2012 ; TREMBLAY-WRAGG & RABY 2014 ; RABY & VIOLA 2016). Nous utilisons des principes reconnus et valorisés dans le domaine de la protection environnementale et du leadership, à savoir les approches pluridisciplinaires et écosystémiques, en abordant l'enseignement par projet, collaboratif, et l'apprentissage expérientiel. En effet, nos sociétés sont en évolution rapide, encourageant la concertation et le travail en équipe pluridisciplinaire intersectoriel, et nos étudiants se doivent d'être bien préparés. Suivant un cheminement réfléchi, chaque personne réalise des apprentissages individuels et en groupe, apprenant par elle-même mais aussi lors d'interactions avec d'autres, sachant que les personnes étudiantes viennent de disciplines et pays divers (le cours étant un cours optionnel).

Parmi les défis majeurs rencontrés par la direction du musée en 2011, il y a eu celui d'accroître la fréquentation du musée en salle et virtuellement. Depuis que nous avons commencé notre cours en 2012, nous invitons nos étudiants à aimer la page Facebook du musée. Ainsi, et même si le chiffre est encore en deçà de nos objectifs, nous constatons une nette croissance : 306 (18/09/2014), 756 (04/10/2016), 1.238 j'aime et 1.390 suivis (12/09/2019), soit une croissance de 304,5 % en 5 ans, sachant qu'en 2015 et 2018 nous n'avons pas effectué la visite du musée mais nous avons fait la visite de la galerie d'art Louise-et-Reuben-Cohen qui partage le même bâtiment et le même hall de réception (fig. 2). Notre objectif était d'éveiller la curiosité des jeunes dans l'espoir qu'ils iraient par eux-mêmes visiter le musée. Durant le cours, nous avons toutefois parlé du musée acadien dans le cadre du chapitre relatif aux musées. Nous n'avons pas de chiffres sur la fréquentation ultérieure du musée par des personnes inscrites au cours. Toutefois, il est intéressant de relever cet extrait d'une fiche de travail d'une personne étudiante ayant des origines acadiennes, témoignant de ses apprentissages faisant suite à la visite de la galerie d'art :

« [...] Ce que j'ai le plus aimé, par contre, c'est la petite visite improvisée que moi, T. et J. avons faite pendant la pause. Nous sommes allés voir l'autre côté de la galerie là où les objets de l'histoire acadienne sont exposés. La bible abîmée au mur gauche a capté mon attention, puisque j'en ai une presque pareille à la maison. Les enregistrements audios m'ont beaucoup impressionné. Il y en avait pour différentes raisons (ex. : des textes écrits par des personnes importantes de l'histoire acadienne et une chanson) et certains enregistrements étaient drôles à entendre. »

Durant la visite au musée, la conservatrice expose le contenu muséographique de l'exposition permanente et introduit parallèlement des notions sur la conception du musée, son histoire, l'histoire des Acadiens et du grand dérangement de 1755 ainsi que la déportation et les liens entre les différents monuments historiques de la région. Elle fait visiter l'exposition temporaire du moment en introduisant les notions relatives à la création et à la conception d'une exposition temporaire, au fait qu'elle peut être propre au musée acadien utilisant des objets de la réserve puis être prêtée et donc voyager ou bien provenir d'un autre musée. En classe, nous préparons la visite par un travail de recherche que les participants doivent effectuer en suivant une fiche qui leur est fournie avec des questions et des indices relatifs à la gestion d'un musée. Le travail est enrichi par une réflexion durant et après la visite avec une comparaison avec d'autres types de musées dans d'autres pays.

La fiche de travail comporte douze volets et un treizième où les personnes sont invitées à mentionner trois apprentissages majeurs qu'elles ont pu réaliser durant cette activité en lien avec la gestion d'un musée.



Figure 2 - Hall d'accueil, Musée AUM & Galerie d'art, 2016. Photo : S. Zaiane-Ghalia.

Nous analysons ici les réponses du point 13, les trois apprentissages majeurs, dans le cadre de l'évaluation de notre approche d'enseignement en lien avec la valorisation de l'usage éducatif de notre musée universitaire.

Quand nous lisons « J'ai pu voir à quoi ressemblait un musée pour la première fois, ce qui m'a permis de savoir qu'un musée n'est pas un endroit quelconque » cela appuie l'importance d'avoir un musée sur un campus pour rapprocher le monde muséal des jeunes. Cette visite est gratuite pour toute personne sur présentation de sa carte d'étudiante et malgré cela plusieurs personnes étudiantes ne sont pas au courant. C'est pourquoi nous avons décidé d'y amener les personnes inscrites à notre cours « Loisir et Culture ». C'est un cours optionnel qui a gagné en popularité les cinq dernières années au point que le quota maximum fixé à 20 places a été dépassé largement à l'automne 2019 avec 31 inscriptions acceptées (2012 : 5; 2014 : 10; 2016 : 20; 2018 : 22). Le cours était initialement cyclé aux deux années et, à la suite de demandes croissantes, il se donne maintenant chaque automne.

3. Résultats préliminaires

3.1. Avant la visite du musée

Avant d'aborder le volet relatif aux musées, comme tout premier travail dans le cadre du cours, les étudiants sont invités à visiter le campus à la recherche d'une œuvre d'art qui les interpelle. Ils peuvent dépasser les limites géographiques du campus pour s'aventurer au centre-ville de Moncton, une ville-musée à ciel ouvert. L'objectif est de les introduire graduellement au monde de la culture et des arts. Ils doivent prendre une photo de l'œuvre, trouver son nom et celui de l'artiste, effectuer une recherche sur ce dernier : qui est-il, pourquoi, dans quelles conditions et avec quels matériaux a-t-il réalisé cette œuvre-là ? Le partage en classe est très fort en émotions. Et même s'il arrive qu'une même œuvre interpelle plusieurs jeunes, les ressentis partagés sont très personnels. Ce premier travail sert d'activité « brise-glace » permettant à tous de mieux se connaître et il améliore les travaux de groupe. Parmi les œuvres qui ont marqué, citons la statue en hommage à Clément Cormier installée non loin du musée et de la bibliothèque Champlain et qui donne sur l'Avenue de l'Université, mentionnée par un étudiant en ces mots :

« [...] En conclusion, le travail demandé du cours GLST2411 m'a permis d'en apprendre beaucoup sur un artiste du Nouveau-Brunswick qui est M. Claude Roussel et sur un homme très important qui est le père Clément Cormier. Cette recherche et l'apprentissage de ce travail m'a fait ressortir un sentiment de fierté envers le Nouveau-Brunswick et aussi envers ces deux grandes personnes. Grâce à M. Roussel, le père Clément Cormier qui a été une personne indispensable pour l'Université de Moncton ne sera jamais oublié. »

La culture acadienne, dont la diaspora s'étale sur plusieurs lieux répartis à travers le Nouveau-Brunswick, l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse, et Terre-Neuve-et-Labrador, le Québec et les États-Unis, est riche et diverse. Le mandat du musée est de collectionner, préserver et montrer les objets et photographies touchant le passé des Acadiens. Il arrive que des jeunes choisissent une œuvre d'art du musée qu'ils ont déjà visité. C'est ainsi que l'œuvre « La Déportation des Acadiens », achevée en 1893 par George H. Craig, a été présentée par une personne étudiante en ces termes :

« J'ai choisi cette œuvre, car à chaque visite du musée acadien, elle a toujours su attirer mon attention avec ses petits détails et sa représentation d'un moment d'horreur dans l'histoire des Acadiens. Étant de souche acadienne, cette peinture a une signification spéciale pour moi. Aussi, la grande question sur la couleur portée par les soldats britanniques a attiré en moi une certaine curiosité

dans l'œuvre. Était-ce une erreur ? Je me rappelle, lors d'une de mes visites au musée, que le guide avait déclaré que les soldats étaient en bleu, parce qu'ils étaient américains, ce qui est totalement faux. Je peux dire que ce projet m'a permis de mettre au clair un long mystère ! »

3.2. La visite du musée

La visite commence par une rencontre avec la conservatrice au niveau du hall d'accueil (fig. 2). Puis, en fonction de l'exposition temporaire en place, la visite continue en suivant l'architecture des lieux (fig. 3, 4 et 5).



Figure 3 - Salle d'exposition temporaire, 2012. Photo : S. Zaiane-Ghalia.



Figure 4 - Salle d'exposition temporaire, 2016. Photo : S. Zaiane-Ghalia.

Et tout au long de la visite, des informations pertinentes sont partagées aux jeunes qui ont en mains leur fiche de visite (fig. 2 et 4), préparée par la professeure, sur laquelle ils remplissent des enseignements et qui devrait les inspirer à poser des questions nécessaires aux connaissances requises. Ils sont encouragés à poser toute question librement. La visite de l'exposition permanente se déroule ensuite en mettant l'accent sur les moindres détails relatifs à l'architecture et aux éléments muséographiques du lieu : l'entrée en forme de coque de bateau pour rappeler la déportation dans les navires, le sol en bois puis le changement de couleur et de matière des sols pour attirer l'attention sur le passage d'une période historique à une autre, le choix des artefacts et l'importance mondiale de certains d'entre eux par rapport à l'histoire acadienne, les procédures de restauration, le choix judicieux des emplacements d'exposition, etc. La visite se termine dans l'amphithéâtre du musée qui a une capacité maximale de 30 places par une présentation d'éléments plus spécifiques à la gestion administrative et financière du musée, avec un aperçu de l'organigramme, de la programmation, des budgets, etc. Les participants peuvent alors poser encore une fois des questions.



Figure 5 - Exposition temporaire, sécurisation des œuvres, 2016. Photo : S. Zaiane-Ghalia.

3.3. Après la visite du musée

Les jeunes ont une semaine pour absorber les apprentissages de la visite et les émotions qui en découlent très souvent pour ensuite soumettre un minimum de trois apprentissages majeurs réalisés en lien avec les objectifs du cours et le volet de la gestion d'un musée. Très peu de personnes étudiantes ont visité le musée avant le cours.

3.3.1. La sécurité des œuvres exposées

Même s'il s'agit ici d'un musée relativement petit, les artefacts sont très importants et ont parfois une valeur qui peut attirer des convoitises (fig. 5). La sécurisation des œuvres ne concerne pas uniquement des vols potentiels, elle concerne aussi la sécurité du public par

rapport à d'éventuels accidents de chutes d'artefacts ou d'inadvertance de parents dont de jeunes enfants, tout naturellement curieux, iraient toucher des objets. L'importance de la créativité dans la gestion du budget pour assurer un bon déroulement d'une exposition temporaire, sa sécurisation, tout en permettant au public de pleinement apprécier un rapprochement avec des objets exceptionnels, font partie des apprentissages que la visite cherche à transmettre. L'objectif est atteint lorsqu'on lit de la part d'une étudiante internationale que parmi les éléments majeurs de ses apprentissages elle retient le fait de « maintenir un bon degré d'humidité pour les œuvres pour éviter qu'elles ne se détériorent » et « veiller à la sécurité des œuvres, savoir les exposer de sorte à ne pas se les faire voler ».

3.3.2. La gestion de la réserve

Il arrive que les jeunes aient le privilège de découvrir les coulisses du musée, la réserve ou remise ce qui a toujours un impact intéressant et peut inciter des vocations. Ainsi, une personne d'origine acadienne de la Nouvelle-Écosse écrit :

« J'ai appris que chacun de ces objets étaient catalogués et possédaient un code à barres, afin de bien informatiser le recueil. De nos jours, c'est même normal de prendre plusieurs photos de l'artefact avec une caméra professionnelle afin de créer une image tridimensionnelle pour les employés et les visiteurs. C'est évident qu'avec un tel montant d'artefacts, c'est bien important d'utiliser ces méthodes d'informatisation pour bien s'organiser dans son travail. »

Une autre personne a mentionné :

« La remise sert aussi comme un espace de travail. Elle est organisée de plusieurs façons, avant il y'avait des petites affiches qui donnait des informations sur l'objet sans l'emplacement maintenant les objets sont en ligne on utilise un logiciel pour les retrouver facilement (l'emplacement de l'objet) [...]. Les objets sont conservés de façon sécuritaire, pour qu'ils puissent durer plusieurs années. [...] »

3.3.3. Le jardin patrimonial

En 2017, l'équipe du musée a commencé à aménager chaque été un jardin de semences patrimoniales à l'entrée du musée en exposant un panneau explicatif pour rendre hommage au patrimoine agricole acadien. Cet espace a particulièrement marqué une jeune étudiante internationale d'origine africaine qui mentionne « le jardin n'est pas là dans

le but de le manger, on collectionne les graines à la fin de la saison, les vend et on les replante. Les graines voyagent comme cela. »

Conclusion : Des idées pour le musée

Il nous est arrivé de demander aux jeunes de proposer des idées pour contribuer à faire avancer la gestion optimale du musée. Parmi les propositions :

« Le musée pourrait insérer des iPads qui démontrent virtuellement une variété d'objets de la collection plus grande. Sur ces appareils technologiques intelligents, c'est aussi possible de mettre disponible des chansons traditionnelles ou d'autres vidéo-clips des moments historiques. Lorsqu'on met une variété d'information sur un appareil tel qu'un iPad, cela donne au visiteur le choix d'apprendre plus sur ce qui lui intéresse, enrichissant l'expérience de visite. »

Et encore :

« De plus en plus, les gens sont à la recherche de tourisme et d'activités expérientiels. Je crois donc que c'est important que le musée acadien insère dans l'exposition un atelier très interactif. Par exemple, on pourrait offrir une leçon très courte en danse traditionnelle acadienne. Un guide pourrait fournir un visiteur avec les souliers nécessaires et ensuite lui montrer quelques pas de bases. On pourrait aussi jouer de la musique appropriée, ou même faire jouer un vidéo de party de cuisine. Selon moi, les gens se souviennent très souvent de ces expériences interactives, car non seulement on apprend sur la culture d'autrefois, on la vit. »

Cela augure un avenir serein pour notre musée qui ouvre la porte vers des horizons culturels inspirants pour la jeune génération.

Bibliographie

ALLARD Michel & LEFEBVRE Bernard, 2001 : *La formation en muséologie et en éducation muséale à travers le monde*, Québec, Éditions Multimondes.

BRÄUER Gerd, 2012 : « Section essay : Academic literacy development », in THAISS Christopher, *Writing programs worldwide. Profiles of academic writing in many places*, Anderson, South Carolina, Parlor Press, LLC, p. 465-484.

BÉLANGER Charlène & MEUNIER Anik, 2011 : « Une approche muséologique de la visite scolaire au musée », *Cahier du GREM*, n° 9.

CORMIER Jeanne-Mance & SAVOIR Hélène, 2011 : « De l'influence d'une visite au musée sur la conscience historique des élèves du primaire », *Revue canadienne de recherche sociale/Canadian Journal of social Research*, n° 4, p. 42-72.

CORMIER Père Clément c.s.c., 1974 : « Le Musée acadien de l'université de Moncton », *La Société historique acadienne*, 42^e cahier, vol. 5, n° 2, p. 48-54. Disponible sur : <https://www.umoncton.ca>.

LAFLEUR Claude, 2011 : « Universités francophones canadiennes - Que deviendraient les francophones hors Québec sans leur réseau universitaire? », *Le Devoir*. Disponible sur : <https://www.ledevoir.com>.

LAROUCHE Marie-Claude, FILLON Pierre-Luc & LANDRY Nicole, 2015 : « Conception et étude du potentiel d'un dispositif muséo-techno-didactique pour le raisonnement en sciences humaines d'élèves québécois de 5e années du primaire », *Revue des sciences de l'éducation de McGill*, vol. 50, n° 2/3, p. 293-320.

LEBLANC Bernard, 2007 : « Musée acadien de l'Université de Moncton », *Encyclopédie du patrimoine culturel de l'Amérique française*. Disponible sur : <http://www.ameriquefrancaise.org>.

MARTIN Thérèse, 2015 : « Motivations à mettre en lumière la culture muséale des enfants », *Éducation et francophonie*, vol. 43, n° 1, printemps, p. 63-79.

TREMBLAY-WRAGG Émilie & RABY Carole, 2014 : « Recourir à une variété de modèles d'enseignement. Échanges de bonnes pratiques entre enseignants du niveau universitaire », *GRIIP*, vol. 3, numéro spécial.

RABY Carole & VIOLA Sylvie (dir.), 2016 : *Modèles d'enseignement et théories d'apprentissage : pour diversifier son enseignement*, 2e édition, Québec, Éditions CEC.

Notice biographique

Selma Zaiane-Ghali est professeure agrégée à l'École de Kinésiologie et de Loisir (EKL) de l'Université de Moncton (CA), où elle enseigne divers cours en matière de loisir et de culture depuis 2011 à ce jour. Elle a été directrice par intérim de l'Institut de Leadership de l'EKL en 2013-2014. Elle est titulaire d'un doctorat en lettres et sciences humaines, option « géographie physique et humaine, aménagement, urbanisme », obtenu à l'Université Aix Marseille I en 2002, suite à la présentation d'un travail de recherche sur le tourisme et les loisirs dans les parcs nationaux tunisiens publié en 2004. Elle a œuvré entre 1992 et 2010 dans le domaine de la protection de l'environnement, des études d'impacts environnementales, et de la promotion de l'écotourisme et du tourisme durable au sein de l'Agence nationale de protection de l'environnement en Tunisie.

**Thomas BEYER, Mélanie CORNELIS, Benoit DURIEU
& Valentina SAVAGLIA**

***Chercheurs, médiateurs et musées universitaires : une relation à
(dé)construire, des pratiques à systématiser***

Résumé

Rendez-vous annuel de la culture scientifique et technologique en Wallonie et à Bruxelles, le Printemps des Sciences rassemble des partenaires issus du monde de l'enseignement supérieur et du secteur culturel. Lors de l'édition 2018, une équipe de chercheurs a proposé l'activité « Histoire contée : étudions les cyanobactéries de l'Antarctique ! » qui s'est déroulée au sein d'une exposition temporaire présentant le patrimoine universitaire scientifique liégeois. Cette expérience d'une collaboration fructueuse entre des chercheurs, des médiateurs et la commissaire de l'exposition a permis de poser les bases d'une réflexion plus large sur les relations qui peuvent exister entre ces différents partenaires. Cette communication (i) propose une analyse diagnostique de l'expérience décrite ci-dessus et élargit la réflexion aux autres collaborations existantes dans les musées universitaires associés à l'ULiège ; (ii) interroge la coexistence de temporalités et de réalités spécifiques pour chaque acteur concerné ; (iii) apprécie les freins et les opportunités des collaborations entre chercheurs et musées universitaires scientifiques (dans ce cas), selon des considérations pratiques relevées sur le terrain. Apparaissent alors les interrogations suivantes : « est-il indispensable de présenter la recherche actuelle dans un musée de sciences? » ; « Qui sont les chercheurs investis pour y (re)présenter cette recherche ? »¹ ; « comment la médiation est-elle réalisée ? » ; « la présence physique du chercheur est-elle un atout, voire une nécessité ? » ; « faut-il capitaliser sur des événements ponctuels pour valoriser la recherche ? » ; « quelles relations potentielles les chercheurs pourraient-ils développer avec les médiateurs du musée ? » ; « pourquoi les chercheurs devraient aujourd'hui choisir le musée comme vecteur de diffusion ? » et enfin, « en quoi la démonstration de la recherche actuelle au sein du musée universitaire peut-elle susciter des vocations auprès du jeune public ? ». Loin de chercher à épuiser ces questionnements, notre communication tente de les nourrir pour envisager l'étendue de la complexité du sujet.

Mots-clés : musées universitaires, chercheurs, médiateurs, collaborations, exposition interactive, animation & partage des connaissances.

¹ Interrogation notamment traitée via un sondage réalisé auprès des chercheurs de l'ULiège.

Abstract

As the annual meeting of science and technology culture in Wallonia and Brussels, « Le Printemps des Sciences » brings together partners from higher education and cultural sector. During the 2018 edition, a team of researchers proposed the activity « Story told: Let's study the cyanobacteria of Antarctica! » which took place in a temporary exhibition presenting the scientific heritage of Liège. This experience of a fruitful collaboration between researchers, mediators and the curator of the exhibition has laid the foundations for a broader thought on the relationships that exists between these different partners. This presentation (i) will offer a diagnostic analysis of the experience described above and broaden the reflection to other existing collaborations in university museums associated with ULiège ; (ii) question the coexistence of specific temporalities and realities for each actor concerned ; (iii) appreciate the barriers and opportunities of collaborations between researchers and scientific university museums, according to practical considerations in the field. These axes open up the following questions: « Is it essential to present the current research in a science museum? », « Who are the researchers invested to (re)present this research? »², « How is mediation done? », « Is the physical presence of the researcher an asset, if not a necessity? », « Should we capitalize on specific events to promote research? », « What potential relationships could researchers develop with museum mediators? », « Why should researchers choose the museum as a vehicle for dissemination? » and finally « How can the demonstration of current research within the university museum provoke vocations to young audiences? ». Far from trying to deplete these questions, our presentation will try to feed them to consider the extent of the complexity of the subject.

Keywords : university museums, researchers, mediators, relationship, hands-on activities.

² Survey carried out among ULiège researchers.

1. Contexte

Cette communication a été réalisée par deux doctorants en biologie (Valentina Savaglia et Benoit Durieu) et deux membres du personnel de l'Université de Liège actifs, l'un dans la gestion du patrimoine universitaire scientifique (Mélania Cornelis), l'autre dans la diffusion des sciences (Thomas Beyer). Certainement inhabituelle, cette collaboration trouve son point de départ en 2017-2018, lors de l'organisation du Printemps des Sciences. Il s'agit d'une grande manifestation de culture scientifique et technologique, organisée partout en Fédération Wallonie-Bruxelles et coordonnée, à Liège, par Réjouissiences, la cellule de diffusion des sciences de l'Université de Liège. Cet événement, gratuit et accessible à tous, draine un public varié et toujours plus nombreux (classes, familles, etc.).

Dans le cadre des journées « Printemps des Sciences » destinées au grand public, Valentina Savaglia et Benoit Durieu ont présenté l'atelier « HISTOIRE CONTÉE : ÉTUDIONS LES CYANOBACTÉRIES DE L'ANTARCTIQUE ! »³. Mélania Cornelis, alors commissaire de l'exposition temporaire *Du poil de mammoth à l'œil du cyclope : 200 bizarreries scientifiques* (organisée dans le cadre du Bicentenaire de l'Université de Liège) a proposé de libérer un espace au sein de l'exposition afin de permettre aux deux chercheurs de s'installer au cœur même des collections universitaires présentées. Le public était donc invité à parcourir une partie de l'exposition pour participer à l'animation proposée. Les biologistes-animateurs s'appuyaient sur la scénographie de l'exposition pour augmenter l'expérience du visiteur.

L'espace utilisé présentait des expôts (des modèles en papier mâché de Brendel), des tiroirs de conditionnements d'ossements sortis des réserves de l'Aquarium-Muséum universitaire de Liège, des modèles en plâtre de champignons réalisés par le Dr Auzoux, d'anciennes planches pédagogiques utilisées pour la dissection en biologie animale. Était ainsi mise en lumière la diversité de la pédagogie des sciences à l'Université de Liège, dans les musées comme dans les salles de cours, depuis le début du XX^e siècle. Cette séquence de l'exposition semblait donc en parfaite adéquation avec le contexte de présentation des

³ Voici comment, alors, ils présentaient leur atelier : « Valentina et Benoit, doctorants au Département des Sciences de la Vie de l'ULiège, étudient l'évolution des cyanobactéries (bactéries produisant la photosynthèse, à la manière des plantes !) en Antarctique. Dans le cadre du Printemps des Sciences, ils sortent de leur laboratoire pour vous raconter leur recherche à la manière d'un conte ! « Quand on parle des organismes qui peuplent l'Antarctique, on a directement en tête le manchot empereur... mais à quoi peuvent bien ressembler les micro-organismes vivant sur ce continent si froid ? Ressemblent-ils à ceux qu'on trouve chez nous ? Comment font-ils pour résister sans lumière et sous la glace ? » Le récit fera voyager le public jusqu'en Antarctique, expliquera la façon de collecter du matériel biologique près de la station scientifique belge Princesse Élisabeth et racontera ensuite la manière d'étudier les cyanobactéries : à l'aide de microscope, d'expériences de biologie moléculaire et d'une bonne dose d'informatique ! »

deux chercheurs : raconter, aux plus jeunes, une mission d'étude des cyanobactéries en Antarctique par les protagonistes eux-mêmes.

Habituellement, lors du Printemps des Sciences, les chercheurs sont amenés à installer leurs ateliers au sein des salles de cours de l'Institut de Zoologie ou dans certains espaces d'exposition. Mais, s'il y a occupation d'espaces d'exposition, il n'y a pas, à proprement parler, de dialogue entre l'atelier et le musée universitaire ou ses collections. L'occupation répond à un besoin d'espace principalement logistique et les animateurs ne se servent que incidemment de la richesse muséale qui les entoure pour partager et animer les recherches qu'ils présentent.



Figure 1 - Printemps des Sciences 2018. Deux chercheurs présentent leur recherche dans un lieu d'exposition. Photo : Réjouissances.

On l'aura compris, il n'est pas question, ici, d'espaces muséaux dédiés à l'exposition de la recherche contemporaine (tel le micro-musée de science contemporaine de la Maison de la Science), mais d'espaces de rencontre entre les publics et les chercheurs, ces derniers ne s'appuyant que sur l'infrastructure des musées universitaires - et non sur leurs riches contenus - pour partager des connaissances scientifiques.

De cette expérience de 2018 est née une série de réflexions sur les relations qu'entretiennent avec le musée universitaire les chercheurs qui s'investissent dans le

partage des connaissances avec les publics. Un constat nous interpelle fortement : pourquoi les relations entre chercheurs et musées universitaires semblent si discrètes.

Partant de ce constat - dont nous assumons la part hypothétique - nous avons pu formuler un premier ensemble d'interrogations : Est-il indispensable de présenter la recherche actuelle dans un musée de sciences ? Qui sont les chercheurs investis pour y (re)présenter cette recherche ? Comment la médiation est-elle réalisée ? La présence physique du chercheur est-elle un atout, voire une nécessité ? Faut-il capitaliser sur des événements ponctuels pour valoriser la recherche ? Quelles relations les chercheurs pourraient-ils développer avec les médiateurs du musée ? Pourquoi les chercheurs devraient-ils, aujourd'hui, choisir le musée comme vecteur de diffusion de leurs travaux ? En quoi la démonstration de la recherche actuelle au sein du musée universitaire peut-elle susciter des vocations auprès du jeune public ?

Bien sûr, nous ne pourrions pas, ici, accorder à ce vaste questionnement le temps et la place qu'il requiert. Aussi, nous avons préféré amorcer une réflexion sur la base d'une étude de cas et ancrer la réflexion dans une réalité de terrain. Pour ce faire, nous avons élaboré et adressé un questionnaire au personnel scientifique et académique de notre Institution. Renonçant d'emblée à toute velléité d'exhaustivité, et assumant ses inévitables biais, ce questionnaire a été conçu comme l'amorce d'un processus de recherche réflexif encore balbutiant, une première étape qui devrait nous permettre de dégager des tendances et, partant, de nous guider au cœur d'une immense problématique et jusqu'alors peu considérée.

2. Enquête

Quelle position adoptent les chercheurs, vis-à-vis des musées universitaires, lorsqu'ils sont amenés à assurer - en présentiel - la médiation de leurs propres travaux ? Pour répondre à cette interrogation, le questionnaire soulevait trois questions principales : (i) Les chercheurs liégeois participent-ils aux activités de transmission/vulgarisation (en présentiel) de leurs activités de recherches ? Celles-ci se déroulent-elles au sein et en collaboration avec des musées universitaires liégeois ? (ii) Quelle vision les chercheurs de l'Université de Liège ont-ils des musées universitaires liégeois ? (iii) Quels sont, selon les chercheurs interrogés, les freins et les atouts d'une collaboration entre chercheurs et musées universitaires ?

Cette enquête liminaire a recueilli les réponses de quatre-vingt-six chercheurs, essentiellement issus de quatre facultés : la faculté des Sciences; la faculté de Philosophie et Lettres; la faculté de Sciences appliquées et la faculté de Médecine.

Parmi les personnes interrogées, une majorité (67%) dit s'investir dans des activités de partage des connaissances. Les actions les plus représentées sont la participation à des conférences grand public ou scolaires (Café scientifique, matinées thématiques comme le PiDay, Grande Conférence liégeoise, etc.), à des expositions interactives (Printemps des Sciences, Nuit des Chercheurs) ou encore une communication suivie sur le web (veille, blog, réseaux sociaux). Parmi les sondés affirmant n'avoir jamais réalisé d'activités de vulgarisation/transmission vers le grand public, 32% expriment ne pas en avoir eu l'opportunité, 32% invoquent le manque de temps, 10.7% le manque de connaissance des possibilités, 10.7% le fait de n'avoir jamais été sollicités. Enfin, 7% évoquent que ce n'est pas dans leur charge de travail.

Parmi les sondés actifs dans des activités de partage des connaissances, il semble que les activités ne se déroulent que rarement au sein et/ou en collaboration avec un musée universitaire (13% des 67%). Point particulièrement saillant de ce premier constat : la faible participation des chercheurs aux différentes activités muséales dites « en présentiel » (6%) et leur très faible représentation dans les comités scientifiques des musées (3%). En effet, on remarque dans notre analyse que la collaboration des chercheurs avec les musées universitaires consiste, le plus souvent, pour les chercheurs, à produire des textes ou des cartels.

Notre questionnaire a également permis de tracer, à gros traits, l'image que se font les chercheurs des musées universitaires. En premier lieu, ils considèrent que le musée est un lieu où on peut rencontrer facilement du public. Une large majorité (70.5 %) affirme être d'accord avec l'assertion : « Le musée universitaire permet de toucher des publics variés ». Ensuite, les chercheurs interrogés considèrent largement que le musée n'est pas un lieu tourné vers le passé (92%) et de manière plus nuancée (59%) que les collections patrimoniales du musée universitaire sont utiles à la diffusion de la recherche actuelle. Enfin, ils considèrent que le musée universitaire favorise la diffusion de la recherche académique (86%), mais qu'il est par contre rarement proposé aux chercheurs d'y présenter leur travail (92%). Cela semble reposer sur un problème de communication - voire de politique des institutions - puisque, à l'affirmation « La communication entre les professionnels du musée universitaire et les chercheurs est encouragée par les deux institutions », près de 90% des chercheurs ont répondu par la négative.

Le manque de temps (26.8%) et la difficulté, le manque, voire l'absence de liens, d'échanges entre les chercheurs et les musées (26.8%) représentent plus de la moitié des freins identifiés par les chercheurs. Viennent ensuite le manque de reconnaissance (11%) et le manque de moyens financiers (8.5%). La raison la plus évoquée (42%) serait l'absence d'invitation à ce type de collaboration. De même, « je n'y ai jamais pensé » et « je n'en ai

jamais eu l'occasion » sont des motifs fréquemment avancés pour expliquer la situation. Seules 5 personnes estiment qu'une collaboration avec un musée universitaire est difficilement réalisable.

La volonté d'informer, de diffuser les sciences et les connaissances vers le public semble représenter l'atout principal d'une collaboration entre musées universitaires et chercheurs. Les chercheurs interrogés semblent voir, dans le musée universitaire, un lieu de prédilection pour toucher un public plus large avec lequel il n'a pas de contact habituellement. Il est intéressant de constater l'intérêt des chercheurs pour trois types de publics majoritairement : les adolescents entre 12 et 18 ans (à 79.16%), les jeunes adultes entre 18 et 25 ans (à 77.77%), les adultes et les seniors (à 86.11%). Par contraste, les 5-12 ans n'intéressent que 40.3% des sondés. Il semble que le public le moins prisé soit celui des 3-5 ans avec une marque d'intérêt de la part de seulement 16.6% des chercheurs interrogés.

3. Analyse

Retenons quelques constats de cette enquête dont nous rappelons les limites et l'objectif : nous aiguiller au début d'une réflexion en devenir.

Premièrement, les activités de médiation en présentiel des chercheurs sondés ne se déroulent que très rarement au sein d'un musée universitaire. Deuxièmement, les chercheurs ne considèrent pas le musée comme un lieu tourné vers le passé. Cette question, volontairement provocante, a été posée pour susciter la réflexion : nous constatons, contrairement à nos *a priori*, que les chercheurs n'opposent pas les collections patrimoniales aux recherches et innovations actuelles. Troisièmement, les chercheurs interrogés ont considéré que les musées universitaires drainaient des publics variés. Cette dernière assertion est délicate : qu'entendent-ils par publics variés ? Pensent-ils à un public représentatif de la société (mêlant des niveaux socio-économique différents, des cultures différentes, des habitudes de pratiques muséales différentes) ? Outre le public scolaire qui est captif et varié par essence, le public est-il, effectivement, « varié » ? On est en droit de se demander si ce ne sont pas principalement des étudiants/chercheurs ou des visiteurs ayant eu accès à une formation supérieure, donc une classe socialement moyenne voire élevée qui fréquente en individuel la plupart des musées universitaires liégeois (exception faite, certainement, des musées, à l'attrait indéniable, présentant des organismes vivants). Cela mériterait d'être analysé en profondeur... Néanmoins, ceci est à mettre en perspective avec les possibilités habituelles de partage des chercheurs avec le grand public. Les chercheurs semblent donc voir dans le musée universitaire un lieu propice et adapté pour envisager de toucher un large public.



Figure 2 - Printemps des Sciences 2018. Deux chercheurs présentent leur recherche dans un lieu d'exposition. Photo : Réjouisciences.

Le manque de temps et de reconnaissance, identifiés comme premiers freins à l'engagement des chercheurs dans les activités de vulgarisation en collaboration avec des musées universitaires, méritent une attention toute particulière. Les chercheurs ne peuvent-ils pas valoriser les activités de vulgarisation comme tâches constitutives, elles aussi, de leurs missions ? Il serait nécessaire de clarifier la manière dont les chercheurs peuvent valoriser - ou simplement faire état de - ces activités auprès de leur employeur. Les chercheurs interrogés ont considéré que la communication entre les parties était défailante. Cela nous permet de constater également un amalgame entre les différents musées et services de diffusion des sciences/recherche de l'Université de Liège (Aquarium-Muséum, Maison de la Science, Réjouisciences, Embarcadère du Savoir, soit différentes structures toutes implantées à l'Institut de Zoologie). À la lumière de l'enquête que nous avons menée, nous doutons de la capacité des chercheurs à précisément identifier les musées de leur propre université.

4. Perspectives

À terme, nous souhaitons identifier les pratiques de médiation (au sens large) qui pourraient ou devraient être systématisées, le tout dans une optique de renforcement mutuel des parties (chercheurs, médiateurs, musées et publics). Il s'agirait ainsi de créer des espaces

de dialogues entre chercheurs, publics et musées universitaires. Les musées représentent une opportunité, pour les chercheurs, de toucher des publics larges ou, à tout le moins, très différents de leur auditoire traditionnel. Les chercheurs représentent pour les musées universitaires une opportunité de développer une expertise supplémentaire, d'ancrer une expérience muséale sensible dans le présent et, surtout, dans le présent de la recherche en permettant de sortir de la vision, inadéquate et largement fautive, d'espace passéiste figé dans le temps et uniquement dédié à l'histoire et à ses collections. Ces deux opportunités œuvrent de conserve à un même dessein : animer et partager les savoirs le plus efficacement possible.

Dans cette perspective, la dynamique insufflée, notamment depuis le Printemps des Sciences 2018 (mais d'autres moments de cristallisation incluant les musées d'art de l'Université de Liège sont envisageables) constitue un point de départ suggestif, liant en une médiation commune les connaissances des musées universitaires liégeois (et leurs collections) et celles des chercheurs. Plus largement, construire des rencontres entre chercheurs et gestionnaires des collections, lors d'expositions temporaires par exemple, proposer la mise en place de laboratoires de co-construction de la connaissance entre chercheurs et publics (sur le modèle des sciences citoyennes et participatives) au sein des espaces muséaux, accueillir des chercheurs en résidence dans les musées pourraient être envisagés en capitalisant sur les expériences déjà en cours dans de nombreuses institutions (Palais de la Découverte, Musées de la ville de Marseille, Africa Museum pour ne citer que quelques institutions). Cela conférerait, indéniablement, une valeur ajoutée aux futures expériences liégeoises.

Par ailleurs, le public se rend au musée, notamment, pour vivre une expérience de médiation et pour observer, découvrir des collections. Il nous semble dès lors essentiel de poursuivre l'effort d'inventaire de notre riche patrimoine universitaire liégeois. D'abord pour mieux connaître ce dernier, ensuite pour inviter les chercheurs à présenter leurs recherches au regard de ces collections, enfin pour les encourager à s'y intéresser comme sujet d'études. Encore trop méconnues, mais loin d'être mal considérées, on est en droit de penser que ces dernières représentent un élément de connexion à privilégier pour favoriser les relations entre les parties concernées (musées, médiateurs, chercheurs, publics) – les réponses apportées aux questions étayant cette impression

La relation entre les chercheurs et les musées universitaires est à penser comme un ensemble d'échanges, d'actes, de partages encore largement à construire. Si les musées universitaires, liés à des institutions dont l'une des missions premières est la recherche, ne s'emparent pas de l'opportunité d'un dialogue (grâce, notamment, à la cellule de diffusion des sciences et des techniques de notre université) avec des chercheurs et si ceux-ci ne

s'emparent pas des potentiels culturels que sont les musées universitaires, alors qui le peut ?

Notices biographiques

Thomas Beyer est chargé de projets au sein de Réjouissiences, la cellule de diffusion des sciences et des technologies de l'Université de Liège (BE) depuis 2011. Dans ce cadre, il organise, coordonne ou promeut de nombreuses activités de culture scientifique comme le Printemps des Sciences, la Nuit des Chercheurs, des Doc'Cafés, etc.

Gestionnaire des collections scientifiques de l'Université de Liège jusqu'en décembre 2019, Mélanie Cornelis est désormais directrice générale de l'Espace muséal d'Andenne. Si ses domaines d'expertise sont désormais centrés sur la valorisation d'un musée territorial, les questions relatives aux musées universitaires et leurs collections restent un de ses domaines d'étude privilégiés.

Benoit Durieu est doctorant à l'Université de Liège (BE) depuis 2015. Sa recherche porte sur l'évolution des cyanobactéries antarctiques. Il découvre en 2016 l'APECS Belgium (Association for Polar Early Career Scientists) et s'y implique en participant à l'organisation d'un workshop. Il participe maintenant à l'élaboration de petites activités d'éducation et de sensibilisation au sein des écoles.

Valentina Savaglia est doctorante en cotutelle à l'Université de Liège et de Gand (BE). Elle recherche les mécanismes d'adaptation et de distribution des cyanobactéries en Antarctique. Aventurière et passionnée par la diffusion des savoirs scientifiques, elle s'est investie en 2018 dans la gestion de la section belge de l'APECS menant ainsi différentes activités de communication scientifique accessibles au grand public.

Ellen Marie NÆSS & Martin HAGER-SALTNES

Vikings alive! Film in the university museum: Research communication or reinforcing popular myth?

Abstract

The Viking Ship Museum in Oslo exhibits three original viking ships and attracts more than half a million visitors per year. The public have long asked for more information about the viking age, and the university museum has wished to develop a better approach to sharing its research-based findings. In the overcrowded museum, the solution was to create a film to breathe new life into the artefacts on display. The film *Vikings Alive!* has become a unique visual journey into the viking age. In only five minutes, we follow a viking ship from the time of its construction, through adventures on norwegian fjords and expeditions to foreign shores, to when it ends its days as a grave ship for a viking king. The site-specific film is projected directly onto the vaulted ceiling. The museum architecture with a ship as its centerpiece, heightens the experience. It is as if the viking age is played out in front of our eyes. Many historians criticize historical films for simplifying causality and dramatizing conflicts. And in the urge to create a stunning experience, we may run the risk of reinforcing popular myths about the past. But the reception of *Vikings Alive!* demonstrates that the film medium contributes constructively to communicating our research. Among other things, we are able to illustrate what we now know about how viking raids and the trade in slaves financed power struggles in the viking homelands. We can also paint a large picture of how we imagine vikings performed a burial ceremony. « By emotionalizing and personalizing history, film can do something written words cannot » (Robert A. Rosenstone). But we need broader surveys and research in order to say more about the effects of integrating film and exhibitions in the Viking Ship Museum.

Keywords : vikings, research communication, museum films.

Résumé

Le Viking Ship Museum d'Oslo expose trois navires vikings originaux et attire plus d'un demi-million de visiteurs par an. Le public demande depuis longtemps plus d'informations sur l'ère viking, et le musée universitaire a souhaité développer une meilleure approche pour partager les résultats de ses recherches. Dans ce musée fortement fréquenté, la solution a été de créer un film pour redonner vie aux objets exposés. Le film *Vikings Alive!* est devenu un voyage visuel unique dans l'ère viking. En seulement cinq minutes, nous suivons un navire viking depuis sa construction, en passant par des aventures sur les fjords norvégiens et des expéditions sur les rivages étrangers, jusqu'à la fin de ses jours comme navire funéraire pour un roi viking. Le film, spécifique au site, est projeté directement sur le plafond voûté. L'architecture du musée avec un navire comme pièce maîtresse, rehausse l'expérience. C'est comme si l'ère viking se jouait sous nos yeux. Beaucoup d'historiens critiquent les films historiques car ils simplifient la causalité et dramatisent les conflits. Et dans l'envie de créer une expérience étonnante, nous courons le risque de renforcer les mythes populaires sur le passé. Mais l'accueil de *Vikings Alive!* démontre que le support cinématographique contribue de manière constructive à communiquer nos recherches. Entre autres choses, nous sommes en mesure d'illustrer ce que nous savons sur les raids et la traite des esclaves qui ont financé les luttes de pouvoir dans les pays vikings. Nous pouvons aussi présenter la façon dont nous imaginons que les Vikings procédaient à une cérémonie d'inhumation. « En personnalisant l'histoire et en y intégrant des émotions, le cinéma peut faire quelque chose que les mots écrits ne peuvent pas faire » (Robert A. Rosenstone). Nous avons cependant besoin d'enquêtes et de recherches plus larges pour mieux évaluer les effets de l'intégration du cinéma et des expositions au Musée des navires vikings.

Mots-clés : vikings, communication de recherche, film au musée.

Introduction

With more than 600.000 visitors each year, The Viking Ship Museum is the most visited museum in Norway. The numbers can be explained by both the attraction of the exhibited artefacts and the current popularity of Vikings in films, TV series and other popular media. As university museums in Norway are stewards for all pre-Reformation archaeological finds, they hold notable collections of public interest. They are also easily accessible to visitors, as they are not hidden within the walls of university campuses. As part of The Museum of Cultural History, The Viking Ship Museum is a department within the University of Oslo. It is situated on a peninsula in the capital alongside a number of other well-visited museums. Despite high visitor numbers, we are nevertheless faced with other university museum challenges, such as traditional scenography and the need for increased public participation. We also need to make research undertaken at the university more visible. Or as the University of Oslo has rephrased research communication: to put knowledge to use.



Figure 1 - Tourists make the Viking Ship Museum come alive all year round, but the museum has traditionally offered little contextualization of the Vikings. This project aimed at making the Vikings come alive in the architecture surrounding the ships. Photo: Eirik Irgens Johnsen, Museum of Cultural History, University of Oslo (UiO).

The Viking Ship Museum exhibits the world's three best preserved Viking ships from the 9th and 10th century, along with a number of other artefacts offered at these ship burial ceremonies. Due to little oxygen in the burial mounds, the archaeological wood was fairly well preserved until the excavations in the late 19th and early 20th century. The ships have over the last 100 years become central symbols of the legendary Scandinavian Vikings. However, the crowded museum was built for only a fraction of the number of visitors we welcome today, and it has little space and tradition for in-depth presentation of new research. In addition, many of our visitors come and leave in a hurry, as they are part of organised tourist groups visiting the capital on a tight schedule.

The museum wanted to change this situation. We were fortunate to find a partner who was willing to finance a project to visualise more of what we currently know about the Viking age to visitors with little or no pre-knowledge. As our medium, we chose the interplay between film projection, original artefacts and the architecture of the museum. Was it possible to make history and the Vikings come alive through modern technology without reducing the attraction and value of the original objects? And could we succeed in our goals without resorting to the exact same myths and imagery common in popular media?

1. Films in the museum

Films about the Vikings are almost as old as the media itself (HARTY 2011), and they come in all genres and qualities. We wanted to combine documentaries and fiction into one single programme. Three short documentaries were devoted to the Viking ship building technique, the Vikings' journeys, and the textile tapestry found in one of the ships. These were to be screened on smaller TV monitors in different parts of the museum. But first and foremost, we wanted to create a fictionalised story that could immerse the audience into the Viking world through projections in the vaulted ceiling above an authentic 9th century Viking ship.¹ This main film would leave out verbal explanations and didactics, and the following reflections are concerned with this most expensive part of the project.

As a university museum, it was paramount for us that all content be based on research conducted by the museum's archaeologists and wider research community. However, it should also be informed by a clear understanding of who our audiences are, what they ask for, what they need and what they enjoy. The museum's project team was therefore composed of some of our senior professors in Viking studies, as well as interpreters « with experience and understanding of how visitors respond to the museum's message » (SIMPSON 2015, p. 532). The members of the museum's project team had little experience with film as a means of museum interpretation. Still, in order to settle for a film producer in line with the public procurement procedures, we had to outline thoroughly our visions for the films beforehand. In this brief we asked our future partner help us « extend the audience's stroll among the exhibited objects to a suggestive and imaginative experience »,

¹ The main film is produced by Storm Films and Storm Studios. The documentaries were produced in partnership with Hacienda film A/S. The immersive film was produced to be projected on a curved ceiling and can only be viewed on site, whereas the documentaries can be viewed on our website, see:
khm.uio.no/english/visit-us/viking-ship-museum/vikings-alive/videos/vikings-alive-journeys.mp4
khm.uio.no/english/visit-us/viking-ship-museum/vikings-alive/videos/vikings-alive-the-ship.mp4
khm/english/visit-us/viking-ship-museum/exhibitions/oseberg/the-textiles-among-the-oseberg-finds/videos/oseberg-tapestry-no-en-final-version.mp4

even creating a museum experience that our visitors had never had before (MUSEUM OF CULTURAL HERITAGE 2016).



Figure 2 - The goal was to make the Viking Age come alive for people with little or no pre-knowledge about this era in an interplay between original artefacts, museum architecture and film technology. Photo: Ellen C. Holte, Museum of Cultural History, UiO.

Among the candidates, we chose as our partner the film company that actually promised the least when it came to new technology, but which - in our view - had most credibility in storytelling and computer graphic competence. In our brief, we underlined that impressive effects were not a success criteria; content and aesthetics were. Some of our initial requirements soon became subjects of discussions with the director and film crew. As producers of experiences in movie theatres as well as TV commercials, their first and foremost trade is to tell stories with impressive pictures. They challenged us on how we were hoping to make people of the past come alive without introducing characters to identify with, and by not showing faces and «original» costumes, as we had suggested in our brief. Moreover, why avoid brute violence, when this is what people are familiar with from other depictions and can therefore can relate to? The reason we suggested this was to avoid another film where « [...] men in various combinations of fur, leather and armour hack one another to death with primitive weapons, and women are randomly naked and frequently abused » (GENZLINGER 2013). In other words, we were faced with the question of whether it was possible to make use of the « full visual and dramatic power of the medium » (ROSENSTONE 1995) without risking the museum's academic integrity. Films are powerful and may reach a large number of people at one and the same time by precisely simplifying and compressing a complex story into a few minutes and appealing to the audience's emotions more than to their thoughts.

2. Preparations and release

One thing we quickly learned was that in this business, time is a lot of money. A film studio is a big apparatus where every minute counts and is accounted for. We had to give swift answers to the film team's calls, and the time slots for making changes were short. Our researchers needed to decide upon several difficult questions without resorting to nuanced considerations. What did a Viking sail really look like? How high a wave could a Viking ship endure? In contrast to what we may believe about written texts and oral dissemination, we had to accept that film images are released without reservations but with great impact. We simply had to dare to make a story without being able to control the impressions it would have on the viewers and what different people would learn from it. The film was produced without a narrator, voice over, subtitles or any interpretation material in print available in the museum. Therefore, our university museum adjustments to popular media depictions of the Vikings - mini myth busters you may call them - are not directly pointed out or commented upon in the film. We chose not to do this for the good of an effective and emotionally charged story of a Viking burial ship, instead of an educational museum film.

Still, we wanted to convey as much factual knowledge and novel perspectives as possible. A driving force in the movie's plot is new research on how the need for resources in local power struggles was a driving force behind Viking raids and ship burials (BILL & DYLE 2012). To prepare for war and present gifts to strike up or strengthen alliances, the chieftains required major resources that could only be found abroad (BILL & DYLE 2012, BAUG *et al.* 2018).

Detail after detail in the movie was reworked in order to present them correctly according to research. A panorama with Viking ships at sea and northern lights would definitely be alluring. But did the Vikings really sail at the time of year when the northern lights are visible? What does a wooden - not metal - spade sound like when digging in the earth?

Sound effects like distant voices, waves, etc., should enrich the atmosphere, alongside suggestive music. We chose not to speculate how authentic Viking music might have sounded with the medieval-like string instruments, flutes or drums they might have used. The music is rather cinematic and meditative, and it was composed by an experienced film music composer educated in California. The sound should not consist of too much bass because of the fragile wooden ships, and it had to be tolerable for museum and security personnel who would hear it again and again, 25 times a day.



Figure 3 - Viking warriors rush away with a valuable bucket after a successful raid in Ireland. The burning village lights up the sky behind them. Artefacts on display play « supporting roles » in the film, but do the museum visitors become aware of the interplay between film and objects? Montage. Photo: Eirik Irgens Johnsen and Mårten Teigen, Museum of Cultural History, UiO.

The films premiered in March 2017 after one and a half years of writing, shooting and technical preparations. Since then, we may assume that close to two million visitors have encountered the scenes of the main film. It is screened once every 20 minutes across several hundred square metres above the remains of the Viking ship from Tune in eastern Norway, the least well preserved of the three ships. The time remaining until the next screening is counted down by a digital clock on the wall. As the museum is in fact only one room made up of four wings, all visitors are able to observe the start-up as lights are dimmed in the particular wing and the film score is audible. The five-minute long film tells the story of a Viking ship, from the day the chieftain selects wood for his new ship, the ship is built, and he and his crew later sail to foreign shores to loot and burn. They return home with treasures and hostages, only to be attacked by local enemies who kill the chieftain. His family and followers then pull the ship ashore and bury him in a grave hut in the ship filled with valuables, before covering the whole ship up with earth, whereby it sails off to the realm of the dead.

The immediate reception of this renewed interpretation was encouraging, and the overall enthusiasm has continued. As the projected Viking cairn lights up to commence the film, we see a number of visitors quickly walk towards the screening. Sometimes we hear spontaneous applause as the film ends with the virtual ship dissolving into the ceiling. Tourist guides busy with their hordes of cruise ship tourists quickly let us know if there are any technical issues with the film. Our own conversations with visitors signal that they both enjoy the film and learn from it. Many of them simply did not know that the Vikings also used

the ships for burying their dead and that this is the reason we have the preserved ships today.

3. Communicating new research or confirming myths?

Despite succeeding with grand pictures, suggestive music, and a storyline that can be easily followed, it is not difficult to point to some imperfections in our project. Representation of gender is one of them. By and large the few minutes of moving pictures depicts a male world. The chief, warriors and traders are men, and few women take active roles, with the subtle exception of the ship itself, which may be counted as female. Both genders were active social participants during the Viking Age, but a male bias is still a common flaw in both research and communication of the Viking world (MOEN 2019).



Figure 4 - The graphic style of tapestries found in the Oseberg Viking ship was utilised for depicting fictional events. Here we see an imagined encounter from medieval Spain. Photo: Mårten Teigen, Museum of Cultural History, UiO.

Although some have commented on the lack of women, we have yet to receive a comment on the small family depicted in one of the scenes. The intention of this scene was to communicate that the wife, chieftain and heir was an important upper-class structure, and essential in the fight for power. If the father died, the mother would make sure that the son took his place. The unintended message may, however, be that the Vikings lived in small nuclear families as many in the Western world do today, something which at best is a simplification. Most households consisted of kinfolk, servants and thralls, in various numbers depending on the size of the farm (ROESDAHL 1999, p. 58).



Figure 5 - The Chieftain stirs up his followers before a raid. As it turned out, the film came to carry a male and elitist inclination. An original burial hut and Viking rowing boats on the floor add to the immersive experience.
Photo: Mårten Teigen, Museum of Cultural History, UiO.

The film also neglects social stratification. One reason for this is that we wanted to build the story around artefacts exhibited in the museum, and these grave goods belonged to members of a powerful elite and primarily thus tell their story. That being said, this is also a traditional point of view. We could instead have chosen to follow the chieftain's nameless thrall, for example.

We wanted to avoid any glorification of Viking violence and had to take into account that this film could not have any age limit - children of all ages will see it. We solved these challenges by keeping the Vikings « at arm's length », showing them only as shadows and sometimes as cartoons inspired by the graphic style of the tapestry from the Oseberg ship grave. We thus lost some of the emotional identification with people, critics have said. Perhaps we faded down the violence and its consequences too much? With its idyllic scenes of Norwegian fjords, bold explorers and exotic journeys, the Viking Age perhaps comes across as too attractive to the viewers. At a conference we organised the same year the film premiered, this dilemma became accentuated. A researcher showed some photos of visitors at a newly opened museum in Turkey as they looked up and admired mural paintings in the ceiling depicting the Ottoman conquest of Constantinople. Some similarities to our project were striking: museum goers admiring grand landscapes, bold warriors and fierce attacks. Reading the museum's home page gave even stronger reasons to reflect: « We hope that your enthusiasm for the conquest remains fresh and permanent

as is, and gives inspiration for the conqueror of the future... ».² Using heritage to inspire national pride and new raids was not our intention when making the Vikings come alive.

Conclusion

Although limited in time and scope, our project has confronted us with many fruitful dilemmas and compromises. Central is the already mentioned need to accept the intrinsic logic of film media (ROSENSTONE 1995), and not to confuse or compare it to history constructed through written words. Words can analyse, make abstractions and reservations, whereas film summarises, synthesises, and symbolises in images. Perhaps we might say that the museum, in cooperation with the film company, created a hybrid between fact and myth, or as some label it, a « faction ». And, yes, we are willing to accept this « faction » for the good of making the Viking ships sail again in the imagination of the visitors.

Let us turn our attention to Viking images watched for hours and hours by millions worldwide. Michael Hirst, the director of the HBO/History Channel series *Vikings* expresses that: « Everything I write is absolutely rooted in research, it's based in history, it has some historical claim to authenticity, but it's a story, it's a drama, it developed out of my reading and out of my research. I'm trying to make the past live in the present » (quoted in FERRER 2015). In another interview, Hirst explicitly suggests a correlation between the series and the doubling of visitors to our museum (HISTORY EXTRA 2016). Although the film in the museum differs extremely from cinema and TV series with respect to length, objectives and costs, it is possible for us to appreciate popular media's courage to imagine, its courage to make history live. Historian Marlene Ferrer, educator of future history teachers in Norway, stresses that: in the encounter between history as science and history as enigma, a lot can happen (FERRER 2015). In our attempt to renew interpretation at the Viking Ship Museum, we have painted a broad canvas with the risk of simplifying and conveying inaccurate pictures, but we also hope to have inspired the visitors to seek new information and strengthen their ability to understand history with their own experiences, knowledge and imagination. The main job for the interpretation team should now be to investigate how the visitors apply the film's images, sound and featured original objects in their own construction of history and meaning - and to apply this knowledge in our ongoing planning for a total renewal and extension of the Viking Ship Museum, projected to open in 2026.

² See home page for 1453 Panoramic Museum, <https://www.panoramikmuze.com/en/about-us> (downloaded on 26.04.2020).

Bibliography

BILL Jan & DALY Aoife, 2012: « The plundering of the ship graves from Oseberg and Gokstad: an example of power politics? », *Antiquity*, n° 333, September, p. 808-824.

BAUG Irene, SKRE Dagfinn, HELDAL Tom & JANSEN Øystein, 2018: « The beginning of the Viking Age in the West », *Journal of Maritime Archaeology*, n° 14, p. 43-80.

FERRER Marlene, 2015: « Historie og film - de overordna spørsmålene » [History and Film - The Primary Questions], *Historikeren*, n° 1, p. 39-42.

GENZLINGER Neil, 2013: « You Plunder, I'll Pillage, Maybe We'll Find England », *New York Times*, March 2nd, p. 6.

HARTY Kevin J., 2011: « Introduction », in HARTY, Kevin J. (ed), *The Vikings on Film: Essays on Depictions of the Nordic Middle Ages*, Jefferson, NC, McFarland, p. 3-8.

HISTORY EXTRA, 2016: « Vikings: an interview with the show's creator and writer Michael Hirst », *History Extra*, BBC. Available on: <https://www.historyextra.com/period/viking/vikings-an-interview-with-the-shows-creator-and-writer-michael-hirst/>.

JIMSON Kerry, 2015: « Translating Museum Meanings », in MC CARTHY Conal (ed.), *The International Handbooks of Museum studies: Museum Practice*, Chichester, John Wiley & Sons, Ltd., p. 529-550.

MOEN Marianne, 2019: *Challenging Gender: a reconsideration of gender in the Viking Age using the mortuary landscape*, PhD Thesis, University of Oslo.

MUSEUM OF CULTURAL HISTORY, 2016: *Vision document, Vikings Alive*, Oslo.

ROESDAHL Else, 1999: *The Vikings*, Revised Edition. Penguin Books, London.

ROSENSTONE Robert A., 1995: « The Historical Film as Real History », *Filmhistoria online*, vol. 5, n° 1, p. 5-23. Available on: <https://revistes.ub.edu/index.php/filmhistoria/article/view/12244/14998> 25.04.2020.

Biographical notes

Martin Hager-Saltnes works as a museum educator and project leader for new exhibitions at the Museum of Cultural history at the University of Oslo (NO). He has studied social anthropology and theology, and he is trained as a teacher. He has also worked with dissemination at Oslo's open air Museum, and takes a special interest in using storytelling in museums.

Ellen Marie Næss is a archeologist and university lecturer and she works with exhibitions and dissemination at the Viking Ship museum, Museum of Cultural history, University of Oslo (NO). She has many years of experience from archaeological fieldwork. Her professional interests are especially dissemination, the Viking age, the Viking ship finds and the Vikings' religion and mythology.

Aline MYSSELIN & Kevin TROCH

Quel marketing pour les musées universitaires ? L'exemple du MUMONS, le musée de l'Université de Mons

Résumé

L'Université de Mons se dote d'une nouvelle structure fédératrice, le MUMONS. Ce nouveau musée naît du rapprochement de structures, de personnes et de projets impliqués depuis longtemps dans la vie culturelle de l'université et intègre une dynamique de gestion des collections, le tout dans un lieu exceptionnel fraîchement rénové. L'objectif du MUMONS ? Donner à chacun des clés pour comprendre le monde ! Loin d'une stratégie purement marketing qui viserait la promotion de l'université ou le recrutement de nouveaux étudiants, la création du MUMONS est portée par une vision philanthropique. Implantée au cœur d'une région économiquement et culturellement défavorisée, l'UMONS se veut un lieu d'excellence intellectuelle accessible à tous. Grâce au MUMONS, d'une part, elle ouvre ses portes au grand public, d'autre part, elle offre à ses étudiants, eux-mêmes souvent issus d'un milieu modeste, un accès privilégié à de nombreuses activités culturelles. L'UMONS assume dès lors pleinement le rôle d'une université : former des citoyens. Afin de remplir ses missions, le MUMONS s'appuie sur une équipe jeune, dynamique et pluridisciplinaire. Pour toucher son public, l'équipe du MUMONS travaille avec de nombreux partenaires, mixe les approches et les disciplines, travaille son image via un graphisme innovant, communique beaucoup, et est toujours présente sur les événements qu'elle propose afin de construire la relation avec son public. L'un des atouts du MUMONS est sa dimension humaine, être proche des gens est au cœur de son projet, mais aussi de son action... ce qui contribue à son succès !

Mots-clés : marketing, musée universitaire, UMONS, MUMONS, Belgique.

Abstract

The University of Mons creates a new unifying institution, the MUMONS. This new museum is the result of bringing together structures, people and projects that have long been involved in the university's cultural life and integrating a modern curation of collections, all in an exceptional, newly renovated location. What are the MUMONS' goals? To give each one keys to understand the world surrounding us! Far from being a pure marketing strategy aimed at promoting the university or recruiting new students, the creation of the MUMONS is driven by a philanthropic vision. Located in the heart of an economically and culturally disadvantaged region, UMONS is a place of intellectual excellence accessible to all. Thanks to the MUMONS, on the one hand, it opens its doors to the general public, and on the other hand, it offers its students - themselves often from a modest background - privileged access to many cultural activities. In order to fulfil its missions, the MUMONS relies on a young, dynamic and multidisciplinary team. To reach its audience, the MUMONS team works with many partners, mixes approaches and disciplines, works on its image through innovative graphics, communicates a lot, and is always present at the events it proposes in order to build the relationship with its audience. One of the assets of the MUMONS is its human dimension, being close to the people is at the heart of its project, but also of its action... which contributes to its success !

Keywords : marketing, University Museum, UMONS, MUMONS, Belgium.

Introduction

Le marketing appliqué aux musées est une pratique de plus en plus répandue depuis les années 2000 (COURVOISIER 2013, p. 203-227; COURVOISIER 2005, p. 113-150). Son application aux musées universitaires ne va pas de soi. Pourtant, le musée universitaire, par son statut d'institution muséale au sein de l'université, peut tirer parti des méthodes marketing. Cet article propose d'aborder le sujet en l'illustrant à partir de l'exemple du MUMONS, le musée de l'Université de Mons.

Nous présentons en premier lieu le MUMONS et son histoire. C'est un passage nécessaire afin de comprendre les stratégies et les moyens marketing adoptés par le musée. Ensuite, nous abordons la stratégie marketing appliquée par le MUMONS et enfin nous illustrons cette stratégie par quelques exemples de moyens mis en œuvre par le musée pour atteindre les objectifs qu'il s'est fixé.

Le MUMONS ?

L'identité et l'histoire des institutions muséales influencent de manière importante les stratégies marketing qu'elles adoptent. Le MUMONS, le musée de l'Université de Mons, ne fait pas exception. Créé en 2019, il est rattaché à la Direction de la Culture et de l'Information scientifique de l'UMONS. Le MUMONS est la structure qui centralise toutes les activités culturelles et de diffusion des sciences et des techniques auprès des membres de la communauté universitaire, étudiants et membres du personnel, et du grand public¹. Le MUMONS travaille de concert avec le service Archives et Collections de l'université afin de valoriser les collections de l'institution. Cette valorisation aura lieu dès 2021 dans la chapelle du complexe des Visitandines, un ancien couvent situé place du Parc en plein cœur de Mons.

Outre les activités muséales proprement dites, le MUMONS organise des activités variées au sein de l'université et à l'extérieur : conférences, ciné-débats, ateliers, visites de lieux culturels montois pour les membres de la communauté universitaire, reproduction d'expérience historique dans des bâtiments de prestige comme l'expérience de Fizeau au beffroi de Mons² ou bien de grands événements comme le Printemps des Sciences.

¹ Pour plus d'informations, consulter notre site internet : <https://mumons.be/a-propos/missions/>.

² Il s'agit d'une reproduction de l'expérience de mesure de la vitesse de la lumière menée par Hippolyte Fizeau à Paris en 1849. L'expérience est reproduite au beffroi de Mons en utilisant des instruments relativement similaires à ceux utilisés par Fizeau, même si nous avons recours à un laser de faible intensité. Le faisceau est envoyé du troisième étage du beffroi vers un panneau réfléchissant installé au sommet du chevalement du PASS situé à quatre kilomètres et revient vers le beffroi en passant dans une roue dentée actionnée par un moteur.

L'ensemble de ces activités relève des missions du MUMONS :

- rendre la culture et les sciences accessibles à toutes et tous,
- donner à chacun les clés pour comprendre le monde,
- s'adresser à la communauté à la communauté universitaire et à tous les citoyens, en priorité les jeunes,
- conserver, étudier et valoriser les collections de l'Université de Mons.

Pour comprendre les stratégies marketing développées par le MUMONS, il convient de revenir brièvement sur ses origines. Le MUMONS naît de la conjonction de plusieurs facteurs. Au sein de l'UMONS et de ses prédécesseurs³ se trouvent des personnes investies dans la culture et la diffusion des sciences. Le projet de création d'une structure muséale apparaît dès la création de l'université en 2009. Celui-ci va bénéficier d'un « coup de pouce » dans le cadre des événements liés à « Mons 2015 capitale culturelle européenne » (LABIE 2019). L'Université Mons-Hainaut et la Faculté polytechnique de Mons, les deux institutions principales de l'actuelle UMONS, déposent des projets communs d'expositions et d'activités pour Mons 2015 en 2008, soit un an avant la création de l'UMONS. Ces projets portés au nom de l'UMONS sont un premier pas vers la création du MUMONS.

Après la création de l'UMONS en 2009, les services de l'UMH et de la Faculté polytechnique en charge de la promotion des sciences et des activités culturelles se rapprochent et mènent des projets ensemble⁴. Entretemps, l'UMONS acquiert le complexe du monastère des Visitandines situé à la place du Parc à Mons et entreprend des travaux afin d'y installer un musée et une bibliothèque facultaire.

Le projet de création d'une structure muséale au sein de l'université provient également d'une insatisfaction par rapport à la valorisation des collections de l'institution. La bibliothèque centrale de l'UMONS conserve une très importante collection documentaire, dont plus d'un millier de manuscrits médiévaux, peu connue des chercheurs et peu mise en valeur. L'Université s'est également rendue compte, en 2019, de la richesse de ses patrimoines scientifique et artistique jusqu'alors totalement inconnus⁵. Enfin, l'UMONS a marqué son intérêt pour valoriser l'importante collection d'instruments scientifiques et

³ L'UMONS est créée en 2009 à la suite de la fusion de plusieurs établissements d'enseignement supérieur montois dont les deux principaux sont l'Université Mons-Hainaut (fondée en 1965 mais regroupant des institutions existant depuis le XIXe siècle) et la Faculté polytechnique de Mons (créée en 1837). Ces deux universités comportaient chacune un service dédié à la diffusion des sciences.

⁴ Il s'agit de SciTech², UMONS Culture et UMONS Extension.

⁵ Pour en savoir plus sur les collections de l'UMONS : <https://mumons.be/collections/>.

pédagogiques anciens de la Fédération Wallonie-Bruxelles qui est conservée à Mons et qui, là aussi, demeure largement méconnue du grand public⁶.

C'est la conjonction de ces différents facteurs : réunion de projets communs, acquisition d'un lieu de prestige au cœur de la ville et volonté de valoriser les collections de l'université et de la collection scientifique de la FWB qui ont poussé l'UMONS à se doter d'une structure muséale.

Quel marketing pour le MUMONS ?

Les stratégies marketing choisies par le MUMONS doivent répondre à ses objectifs. Son but principal est d'être le ciment qui permettra de lier une communauté universitaire récente âgée d'à peine dix ans. Le MUMONS assure également des missions de diffusion des savoirs auprès d'un large public⁷, de participation à l'émancipation sociale et culturelle dans une région socialement et économiquement défavorisée, de gestion et de valorisation des collections et surtout de faire le lien entre la recherche universitaire, l'enseignement et la curiosité scientifique, notamment en décloisonnant les disciplines et en offrant la possibilité aux différentes facultés et instituts de recherche de l'université de construire des projets culturels en commun axés sur leurs recherches. En cela, le MUMONS s'inscrit dans le sillage des missions que l'UMONS assure.

Pour répondre à ces objectifs ambitieux, il faut surmonter de nombreux obstacles, à commencer par la nature elle-même du musée. En tant que musée universitaire, le MUMONS fait face à une double réticence de la part d'un public peu familier des musées et de l'université. Il pourrait penser qu'il s'agit d'un endroit réservé à une élite intellectuelle ou sociale. Le marketing appliqué au musée universitaire révèle ici toute son importance.

Pour beaucoup de personnes, le marketing est généralement vu comme l'ensemble des techniques mises en œuvre par une entreprise pour vendre aux clients ses produits ou ses services, principalement par des dispositifs publicitaires. Toutefois, le marketing appliqué au musée (universitaire ou non) est différent (KOTLER 2008). Centré sur le visiteur, le marketing muséal s'intéresse principalement à l'expérience de visite.

⁶ Pour en savoir plus sur la collection d'instruments scientifiques et pédagogiques anciens de la Fédération Wallonie-Bruxelles : <http://www.scienceechos.be/>.

⁷ Par large public, il faut entendre les citoyens auxquels le MUMONS permet d'accéder à des savoirs et connaissances de qualité tout au long de leur vie, au public scolaire qui peut participer en groupe à des activités permettant de développer le contenu des cours et auprès des étudiants et des membres du personnel de l'UMONS en leur proposant de développer une vie culturelle active et de participer, ensemble, à des activités proposées par l'institution et de s'intégrer dans la communauté universitaire.

Un préalable à l'application d'une stratégie marketing efficace est de dépasser la crainte, par l'introduction du marketing, de voir se dénaturer l'intégrité de l'institution ou la qualité de ses programmes en voulant plaire au plus grand nombre. Or le marketing n'est pas une fin en soi mais un ensemble de moyens mis au service de l'institution devant lui permettre d'atteindre efficacement ses objectifs. Il est donc de la responsabilité du personnel du musée de déterminer les domaines dans lesquels il convient de l'appliquer.

Les moyens mis en œuvre

Ceci étant posé, le MUMONS a adopté plusieurs processus strictement définis. Tous les détailler sortirait du cadre imparti à cet article. Nous vous proposons d'en aborder quelques-uns représentatifs des moyens mis en œuvre par le MUMONS.

Le MUMONS propose d'abord un marketing centré sur la demande. Nous ne nous focalisons pas uniquement sur nos collections en ignorant les besoins et les désirs du public. Souhaitant briser les obstacles qui freinent le grand public à fréquenter le musée et l'université, nous proposons des activités accessibles à tout le monde dans une ambiance décontractée et informelle à laquelle le public semble très réceptif et demandeur. Cela ne veut pas dire que le musée est soumis aux désirs des visiteurs mais qu'il peut les interpréter et proposer ses propres projets. Il s'agit pour nous de lui proposer une « expérience MUMONS ». Cela permet au visiteur de découvrir ce qu'est et ce que fait une université par le biais du musée. Par exemple, en organisant des grands événements comme le Printemps des Sciences où toutes les facultés de l'UMONS sont invitées à présenter un projet mais aussi des conférences données par des membres de l'UMONS ou des ateliers destinés aux enfants et aux adolescents et évidemment, dans le cadre de nos futures expositions. Nous offrons également aux visiteurs de poursuivre l'expérience en lui permettant d'accéder à nos conférences sur notre chaîne YouTube, en visitant des expositions virtuelles ou en consultant nos ressources pédagogiques en ligne.

Pour arriver à ces fins, le MUMONS peut compter sur son équipe Communication composée de deux graphistes et d'une chargée de communication. Cette équipe a développé au fil des ans un style informel de s'adresser au public, que ce soit sur les réseaux sociaux, sur le site internet du musée ou bien dans les visuels et textes de présentation de nos activités⁸. Ce lien avec le public est constamment maintenu et est en perpétuelle évolution. Par exemple, nous avons développé un style graphique unique au MUMONS grâce à l'acquisition d'un nouvel appareil d'impression.

⁸ Le MUMONS dispose d'une page Facebook (<https://www.facebook.com/MUMONS/>) et d'un compte Instagram (<https://www.instagram.com/m.umons/?hl=fr>).

Ce mode de communication doit être également utilisé par l'ensemble du personnel, notamment les gestionnaires des collections qui sont régulièrement amenés à rédiger des textes pour les réseaux sociaux et le site internet du musée⁹. Cela suppose de former et d'informer le personnel qu'ils sont là pour être au service du public et qu'ils doivent sans cesse améliorer la qualité de leurs services dans cette optique.

Pour savoir si cette stratégie porte ses fruits, il faut avoir un retour des visiteurs. Pour le moment, nous n'avons accès qu'au retour ponctuel que nous adresse certains de nos visiteurs et aux commentaires que les gens postent sur les réseaux sociaux. Dans un avenir proche, nous mettrons en place des dispositifs de récoltes du feedback des visiteurs afin d'avoir à la fois des données qualitatives et quantitatives sur l'impact de notre mode de communication auprès du public.

Un autre moyen mis en place pour s'adapter aux besoins des publics avant de proposer une activité ou du contenu consiste à pratiquer la segmentation des publics et à prévoir du contenu spécifique pour chacun. Cette pratique nous permet même d'anticiper les besoins des visiteurs en prévoyant leurs attentes, leurs intérêts et leurs désirs mais aussi d'adapter les prix auxquels nous proposons nos activités en fonction du segment de public visé. Par exemple, au niveau de notre communauté universitaire, nous prévoyons diverses activités et plan de communication destinés à renforcer la cohésion de notre jeune communauté.

Cette segmentation des publics nous permet également de mener de la prospection auprès de sponsors, de mécènes et de partenaires privés ou simplement d'adapter l'offre de notre boutique afin de correspondre aux besoins et centres d'intérêt de chacun de nos interlocuteurs et de générer ainsi des revenus en optimisant les investissements initiaux.

Enfin, le MUMONS étant la vitrine de l'université, notre stratégie marketing vise aussi à développer le rayonnement culturel de l'UMONS. Nous créons des partenariats avec différents acteurs culturels locaux, comme l'Office du tourisme ou le Pôle muséal de la Ville de Mons, mais aussi avec des institutions universitaires, que ce soit au sein du réseau du Patrimoine académique francophone de Belgique créé en 2019 (PAFBEL) ou au sein d'Universeum.

Pour savoir si la stratégie marketing du MUMONS est payante, il faudra attendre la fin de l'année 2021 et l'ouverture de notre espace muséal. Les deux premières expositions porteront sur l'histoire du lieu et sur l'histoire de l'électricité. Nous continuerons en parallèle à organiser nos activités habituelles comme le Printemps des Sciences ou nos conférences

⁹ C'est par exemple le cas pour les devinettes liées aux collections sur notre page Facebook et sur la présentation de la pièce du mois sur notre site internet.

et à en développer de nouvelles. En définitive, il s'agira de voir si notre volonté de rendre le musée universitaire accessible et attrayant à toutes et tous en le rendant familier et décroisé trouvera un écho auprès du public et s'il aura rempli sa mission d'agent de cohésion de la jeune communauté universitaire de l'UMONS.

Bibliographie

COURVOISIER François, 2013 : « Le marketing des lieux d'exposition, du musée au parc d'attractions » in KOBİ Valérie & SCHMUTZ Thomas (éd.), *Les lieux d'exposition et leurs publics*, Bruxelles, Peter Lang, p. 203-227.

COURVOISIER François & COURVOISIER Fabienne, 2005 : « Communication et marketing d'institutions culturelles en Suisse francophone », *Management & Avenir*, vol. 3, n° 5, p. 133-150.

KOTLER Neil, KOTLER Philip & KOTLER Wendy (éd.), 2008 : *Museum Marketing and Strategy. Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*, Jossey-Bass, San Francisco.

LABIE Marc (1^{er} vice-recteur, professeur ordinaire à l'UMONS), 2 octobre 2019 : Entretien mené par MISSELYN Aline et TROCH Kevin, enregistrement audio (02:09:01).

Notices biographiques

Aline Misselyn est historienne de l'art (Université catholique de Louvain) et chargée de mission au MUMONS jusqu'en 2020.

Kevin Troch est docteur en histoire (Université de Lille-Université de Namur), responsable opérationnel du service Archives et Collections, gestionnaire des collections scientifiques de l'UMONS, membre du MUMONS.

Chiara BARTOLINI

Internationalisation and marketing strategies for university museums

Abstract

University museums play an important role in the university marketing strategy, which is increasingly concerned with internationalisation. However, the extent to which academic belonging has affected university museums' communicative approach is not clear: scant attention has been paid to the identification of university museums' intended audience at a global level, including international researchers, students, tourists and migrants. This research focused on six university museums as case studies from five European countries: text analysis of a corpus of web pages and semi-structured interviews with staff from the selected university museums were carried out to collect data regarding strategies for audience engagement. Text analysis indicated that university museums have started offering contents in English on their websites, which may ideally serve a broad range of online users. However, results from both text analysis and interviews suggested that university museums have a vague image of the intended audience that they aim to attract at an international level, as texts do not seem to be written for a specific audience and with an accurate marketing strategy. The relationship between museum and university was also explored during the interviews, revealing insights on academic belonging. This study hopes to shed light on the intended audience for university museums and on the communicative and marketing strategies adopted to engage with an international audience.

Keywords : marketing, communication, internationalisation, academic identity, audience.

Résumé

Les musées universitaires jouent un rôle important dans la stratégie d'internationalisation et de promotion des universités. Cependant, il n'est pas évident que l'appartenance du musée à une structure académique influence son approche de communication. De plus, peu d'attention a été accordée au public international de ces musées, composé aussi bien de chercheurs que d'étudiants, touristes et citoyens. Afin de rendre compte des stratégies mises en place par les musées pour communiquer avec leur public, cette recherche propose une analyse textuelle d'un corpus de pages Web et des entretiens semi-structurés avec le personnel de six musées universitaires dans cinq pays européens. L'analyse textuelle montre que les contenus proposés en anglais sur les sites des musées semblent avoir comme objectif de toucher à un public large. Toutefois, les résultats des entretiens laissent entendre que les musées universitaires ont une image vague du public qu'ils cherchent à attirer, leurs textes n'étant pas écrits avec une stratégie de marketing précise. La relation entre le musée et l'université a également été explorée au cours des entretiens, ce qui a permis de mieux comprendre l'importance du rapport entre les deux. En conclusion, cette étude a comme objectif de montrer la manière dont les musées universitaires conçoivent leur public international et quelles stratégies de communication ils mettent en place à travers un cadre méthodologique varié.

Mots-clés : marketing, communication, internationalisation, identité académique, public.

Introduction

University museums play a crucial role in the university marketing strategy, which is increasingly concerned with internationalisation in order to attract international students and researchers. However, the extent to which academic belonging has affected university museums' communicative approach is not clear: in particular, scant attention has been paid to the commitment made by European university museums to engage with an international, multicultural audience, spanning from tourists to international researchers and students, as well as people moving to a new country.

This article, which is part of a wider PhD research (BARTOLINI 2020), aims to reflect on the communicative strategies adopted by university museums within a broader internationalisation effort when providing an English-version website.

1. Context

University museums seem to struggle to understand the role they are supposed to play within the university and in society (LOURENÇO 2015). Research has stressed that they are expected to create a bridge between academia and society in general, and thus accomplish the « Third Mission » within the university's strategic plan (TALAS *et al.* 2018, p. 17), as a result of a call for their public-oriented potential. The position of university museums is key within « the public service and outreach mission of the university » (KING 2001, p. 19), as they have the power to promote academic values and « establish new links with the society » (DREYSSÉ 2015, p. 58). In order to become « third mission incubator(s) », university museums need to deliver activities based on a citizen science approach oriented towards « dissemination and social engagement » (DONADELLI *et al.* 2018, p. 33-34).

University heritage may be the perfect showcase in order to develop the brand and « communicate the "corporate identity" » of the university itself (BULOTAITE 2003, p. 450). As such, university museums may contribute to interacting with and mediating between two different communities, i.e., the internal, academic community and the external, public community. Due to their different target groups, the need for an effective communication requires university museums to adopt strategies aimed at every single group, as « one size usually does not fit all » (KREMER 2014, p. 130). Museum marketing, intended as an « overarching philosophy » centred on the public (SANDELL & JANES 2007, p. 292), is thus extremely relevant for university museums.

Due to the emerging status of English as a lingua franca, universities around the world have committed to a great internationalisation effort: as a result, universities « increasingly

produce English-language versions of a wide range of materials », including their websites (PALUMBO 2013, p. 95). However, scarce attention has been paid to the internationalisation effort made by university museums as part of a wider university strategy and to the « communication philosophy » (GIL-FUENTETAJA & ECONOMOU 2019, p. 34) adopted on their websites, which may yield results regarding engagement with different target groups, including visitors and non-visitors.

2. Research design and methods

This research aimed to shed light on the extent to which academic belonging affects university museums, especially in terms of marketing, communication and internationalisation strategies. The objective was to investigate the communicative approach adopted by university museums to reach a « global » audience through their institutional websites, and thus understand 1) whether their communication is informed by academic belonging, and 2) what target groups university museums hope to reach. This article will mainly report on results regarding the first issue.

Firstly, websites of university museums in Europe were examined to understand how many of them offered an international version in English: 30 university museums per country were randomly selected from the database provided by the International Council of Museums Committee for University Museums and Collections (UMAC) to assess whether they offered English contents.

By starting from the list of university museums with an English-version website, qualitative semi-structured interviews were conducted with staff from a subset of such museums to get insights into the processes underpinning the creation of web contents in English. Interviews were carried out with 13 members of staff from six different university museums (Table 1). Participants were purposefully selected in order to conduct interviews with people who may be to some extent involved in the process of writing texts for the website. The data collected through the interviews were first transcribed and then coded through NVivo by carrying out a thematic analysis (BRAUN & CLARKE 2013).

Participant	Institution	Team
MM1	Manchester Museum, Manchester	Visitor Team
MM2	Manchester Museum, Manchester	Collections
MM3	Manchester Museum, Manchester	Marketing & Communications
MW1	Manchester Museum & Whitworth, Manchester	Visitor Team
MW2	Manchester Museum & Whitworth, Manchester	Marketing & Communications
MW3	Manchester Museum & Whitworth, Manchester	Collections
WG1	Whitworth, Manchester	Collections
WG2	Whitworth, Manchester	Learning & Engagement
WG3	Whitworth, Manchester	Learning & Engagement
DK	Natural History Museum, Copenhagen	Marketing & Communications
FI	Helsinki University Museum, Helsinki	Collections
HR	Botanical Garden of the Faculty of Science, Zagreb	Collections
IT	Museum of Human Anatomy, Turin	Collections

Table 1 - Interview participants.

3. Findings

3. 1. Internationalisation of European university museums

The survey revealed that 48% of the websites examined provided an English version alongside the « original » version in the local language(s). Most of the websites with an English version belong to university museums located in countries where the official languages are Germanic or Ugro-Finnic, while countries where Romance languages are spoken display fewer university museums with an English-version website. Although the situation in Europe seems heterogeneous, almost half of the university museums having a website offered contents in English, and thus seemed to have committed to an internationalisation effort, at least to some extent. No further information was collected, e.g.,

on the type of pages provided in English, but a close textual analysis of a selection of texts from websites with an English version offered other insights, e.g., on the target groups addressed by university museums, which will hopefully be presented in other contributions.

3. 2. Academic belonging: to what extent does it affect communication and marketing strategies?

The interviews with staff from the selection of university museums provided a variety of insights, which are only partially reported here, dividing them into different themes. During each interview, the institution's academic belonging was discussed in order to explore the relationship between museum and university: in particular, participants shared their perceptions on the extent to which such relationship has shaped the identity of the museum and affected its communicative and marketing strategies.

3. 2. 1. Sense of belonging

Most of the participants expressed a sense of belonging to the university. MM3 acknowledged that the Manchester Museum (Manchester, UK) is part of the university, and that their collections and activities are also used for research. From the same institution, MM1 stressed that, as a museum, they "represent" the university, and thus share the same values. The participant described a close relationship between the two institutions, as the university is proud of the work carried out by the museum. Similarly, IT explained that academic identity is very important to the Museum of Human Anatomy (Turin, Italy): they care about being recognised as a university museum when they give items on loan to other museums abroad because this is part of their identity (extract 1). Nonetheless, the interview with IT showed that their relationship with the university is not all roses: IT claimed that the museum is not always appreciated by the university lecturers, although it may be a fundamental resource for education.

(1) « [...] we are very keen to stress the fact that we are university museums. We export our museums abroad a lot through exhibitions. [...] And this is the occasion in which we underline our identity. » [IT] (Author's translation)

On the other hand, being part of the university may not be an everyday thought for MW3, who did not seem to be concerned about their academic belonging, although acknowledging the need to consider the university's mission and objectives, e.g., by ensuring that students can access the collections.

3. 2. 2. Which audiences for university museums?

In terms of target groups that university museums want to reach, MM3 claimed that the academic audience is a priority for the Manchester Museum, although it may be difficult to cater to that group. In a similar vein, WG2 stated that although the Whitworth (Manchester, UK) is conscious of the need to target the academic community, this is not the *only* community with whom they aim to engage. According to WG2, their « universitiness » further contributes to going in the other direction, i.e., « more towards communities and wider audiences », for instance by activating projects with schools. The same idea is stressed by MM1, who claimed that the museum identifies itself as « a part of Manchester as a city » and aims to be « a museum for anyone ».

According to the participants from university museums outside the UK, the target audience of their institutions mostly seemed to coincide with the general audience, although specific groups are also mentioned, such as researchers and teachers. As far as the English version of the website is concerned, most of the participants mentioned international tourists, as shown in extract 2 from the interview with DK, from the Natural History Museum of the University of Copenhagen (Denmark).

(2) « I: But when you think about your audiences, do you think about-

P: Tourists.

I: International tourists?

P: Absolutely. That is international tourists. » [DK]

On the contrary, FI claimed that at the Helsinki University Museum they think of international students and researchers from abroad.

3. 2. 3. Conforming to university guidelines

Data shed light on whether the museums involved are supposed to conform to university guidelines for creating their website and writing texts for it. MM1 commented that texts produced by the Manchester Museum do not need to be approved by the university. This is supported by MM2, who said that being a university museum does not affect the way they write their online texts.

HR, from the Botanical Garden of the University of Zagreb (Croatia), explained that being a university botanical garden does not affect their language use, as they are not expected to follow any guidelines provided by the university. HR further emphasised their autonomy from the university by explaining that the creation of the website was their own idea at the

botanical garden: hence, they independently carried out this process, without any requests being made by the university.

Similarly, IT stated that the Museum of Human Anatomy was not required to follow specific guidelines from the university. The participant also reported that they managed to get the university's permission to outsource the creation of the website: although the domain of the museum website still belongs to the university, having their own site allows them to internally manage and update it.

DK did not explicitly mention university web writing guidelines used by the Natural History Museum but explained that when writing texts for the museum website they need to « speak with absolute authority » and check that content is « correct » with researchers before publishing it online: this is supposed to contribute to ensuring scientific credibility, which is a priority.

On the other hand, FI stressed that the Helsinki University Museum follows the university guidelines. First, they are required to provide contents in three different languages, i.e., English, Finnish and Swedish, which confirms the importance of using English. This is linked to a second aspect, i.e., « internationality » (extract 3): FI claimed that the university pays attention to being international, e.g., by attracting international students and researchers. Third, when asked about the main aims of the museum website, FI pointed to « the whole university strategy », describing accessibility as one of their priorities, e.g., by enabling blind users to access the contents on the website. Finally, the participant explained that a university office, i.e., « Communications and Community Relations », provided the museum with specific web writing guidelines, which they followed when they created the museum website. Therefore, university belonging seems to encompass different decisions made at the Helsinki University Museum.

(3) « I think in the University of Helsinki strategies this international [...] role is very important and universities try to get also money from abroad, students, researchers [...] it's very important for the university, this internationality. And that's why it's maybe [...] we also [...] think it's important to us. » [FI]

3. 2. 4. What brand for university museums?

Other comments (especially by staff from UK museums) focused on brand, and more specifically on the relation with the university brand. MW1 clearly stated that their brand is the university's brand. Although other participants' opinion confirmed that the brands of the Manchester Museum and the Whitworth were developed along with the brand of the

university, MW2 revealed that the two institutions also have their own brand, which is « a sub-brand of the university's own brand ». Nonetheless, MM3 pointed out that the university took part in the creation of the museum brand guidelines by validating them (extract 4).

(4) « So, the University of Manchester were an integral part of helping us to [...] produce and sign off the brand guidelines, so we needed to make sure that [...] the University of Manchester were also happy with our brand guidelines and that it fits within the university as well, and that they were aware of our values, our messaging, our tone of voice, how it looks as well. So that's all being signed off by the university. » [MM3]

WG3 further stressed that the university guidelines informed the « look » and « feel » of the Whitworth website: extract 4 seems to suggest that being a university museum has had an impact on the creation of the website, especially in terms of visual communication. DK mentioned that they intended to start « a branding process » at the museum and acknowledged that they « need a brand » and « need guidelines » defining it.

3. 2. 5. Sense of limitation

Finally, some participants mentioned limitations that their institution has experienced due to their academic belonging in relation to the development of the website. WG3 defined the Whitworth website as a « micro-site » of the university, as it was developed as part of the bigger academic website. For this reason, WG2 claimed that the gallery was limited in its possibility of creating its own identity and being digitally « innovative » (extract 5).

(5) « I'm quite critical about our website. I think we struggle at the Whitworth because obviously, we're trying to be [...] an international art gallery that it's relevant to [...] the local community, you know [...] trying to be a lot of things for a lot of different people [...] and we're quite restrained because we sit within the framework of a website which is within the University of Manchester's broader [...] set-up, so you can't be maybe as innovative in terms of your digital content as maybe an independent art gallery could be. » [WG2]

Similarly, DK mentioned university guidelines related to the design of the website of the Natural History Museum: they have been required to adhere to these guidelines, although they actually « need something different » to promote what they do at the museum « visually content-wise ». The participant confessed that this has been difficult for them, as until that moment the university had not given them this freedom. In particular, DK advocated for the removal of some elements which refer to the academic sphere and may thus be

« confusing » for families and general visitors. Since the research centre and the museum have been separated, DK hopes the university will let them make their own decisions in terms of web design without mounting « resistance ». This description conveyed a struggle between the university's interests and the museum's need for a more independent, open approach to the construction and use of the website.

Conclusion

Different museums seem to have different approaches to being part of the university, spanning from a close, dependent relationship to a more autonomous one: although overall a sense of belonging to the university pervades the data, the participants acknowledged the importance of considering their own identity as a separate institution, which aims to address both an academic and a general audience. While being a university museum does not seem to have a particular impact on some institutions, for others this may either directly affect the construction of the website or result in the compliance with university guidelines in terms of general strategies, design and style. The relationship between museums and universities is generally a positive one, although some participants mentioned constrictions due to their academic identity. Overall, university museums' communication seems to be connected only partially with being a university museum. Further research is needed to explore the special position occupied by university museums within and beyond the academic ecosystem: for instance, a study comparing university museums with museums that are not affiliated to academic institutions may reveal thought-provoking details about the peculiarities of academic belonging and its real impact on online communication.

Bibliography

BARTOLINI Chiara, 2020: « An audience-oriented approach to online communication in English: The case of European university museums' websites », PhD thesis, University of Bologna.

BRAUN Virginia & CLARKE Victoria, 2013: *Successful qualitative research: A practical guide for beginners*, London, SAGE Publication.

BULOTAITE Nijole, 2003: « University heritage - an institutional tool for branding and marketing », *Higher Education in Europe*, n° 28 (4), p. 449-454.

DONADELLI Giovanni *et al.*, 2018: « University heritage, museums and Third Mission: A geographical viewpoint on social engagement », in MOULIOU Marlen *et al.* (dir.), *Turning Inside out European university heritage: Collections, audiences, stakeholders*, Athens, National and Kapodistrian University of Athens Press, p. 27-35.

DREYSSÉ Hugues, 2015: « The university museums on the agenda », in GARCÍA FERNÁNDEZ Isabel (dir.), *Congreso internacional museos universitarios tradición y futuro*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, p. 57-58.

GIL-FUENTETAJA Ion & ECONOMOU Maria, 2019: « Communicating museum collections information online: Analysis of the philosophy of communication extending the constructivist approach », *ACM J. Comput. Cult. Herit.*, n° 12 (1), p. 1-16.

KING Lyndel, 2001: « University museums in the 21st century: Opening address », in KELLY Melanie (dir.), *Managing university museums. Education and skills*, Paris, Organisation for Economic Cooperation and Development, p. 19-28.

KREMER Richard, 2014: « Discussion Group 2: Choosing the right collections for the right public: Possible narratives/message to the public? », *University Museums and Collections Journal*, n° 7, p. 130-131.

LOURENÇO Marta C., 2015: « University collections, museums and heritage in Europe: Notes on significance and contemporary role », in GARCÍA FERNÁNDEZ Isabel (dir.), *Congreso internacional museos universitarios tradición y futuro*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, p. 59-66.

PALUMBO Giuseppe, 2013: « Divided loyalties? Some notes on translating university websites into English », *CULTUS*, n° 6, p. 95-108.

RAVELLI Louise J., 2006: *Museum texts: Communication frameworks*, London, Routledge.

SANDELL Richard & JANES Robert R., 2007: *Museum management and marketing*, Oxon, New York, Routledge.

TALAS Sofia *et al.*, 2018: « Introduction: Why should universities care about their heritage? », in MOULIOU Marlen *et al.* (dir.), *Turning inside out European university heritage: Collections, audiences, stakeholders*, Athens, National and Kapodistrian University of Athens Press, p. 17-23.

Biographical note

Chiara Bartolini is a Research Fellow in Translation Studies at the University of Bologna, Italy. She obtained a PhD in Translation, Interpreting and Intercultural Studies in 2020, with a thesis on audience-oriented communicative practices in museums. Her research interests mainly involve museum communication and translation, and more recently museum audio description.

Marize MALTA

Un autre type d'expographie : le Musée D. João VI de l'École des Beaux-Arts de l'Université fédérale de Rio de Janeiro et sa « réserve exposée »

Résumé

Le musée de l'École des Beaux-Arts de l'Université fédérale de Rio de Janeiro (dit Musée Dom João VI) rassemble des ouvrages et des documents relatifs à l'enseignement des arts depuis la création de l'Académie des Beaux-Arts en 1816, issue d'une longue trajectoire institutionnelle. Fondé en 1979, le musée a entrepris un projet de revitalisation en 2005, pendant lequel il a remis en discussion plusieurs concepts liés à l'histoire de l'art et à la muséologie. Des solutions ont été proposées et mises en œuvre pour adapter un musée d'enseignement des arts à son statut de musée universitaire, principalement orienté vers l'enseignement et la recherche, et aux conditions pragmatiques d'un organisme public. Son potentiel de recherche et d'appui didactique a été privilégié, la zone d'exposition a été supprimée et le musée a été transformé en une vaste réserve technique où tout est à vue. Plutôt que de promouvoir des expositions privilégiées, les solutions proposées, avec leur « réserve technique exposée », permettent de provoquer des réflexions, des critiques et, surtout, des inspirations capables de susciter de nouvelles recherches du point de vue de l'histoire de l'art contemporain. La communication a pour objectif de présenter les prémisses de la proposition muséographique et ses répercussions en termes de développement et de diffusion de la recherche, de formation des étudiants et d'accueil du public. Le musée Dom João VI, gardien de la mémoire d'une importante partie de l'histoire de l'art brésilien, en tant qu'espace lié à la contemporanéité, permet de raconter d'autres histoires de l'art. En affichant ce qui était précédemment stocké, en montrant ce qui était caché, le musée Dom João VI a suggéré d'autres manières de regarder l'art et d'échanger avec son public.

Mots-clés : expographie, Musée D. João VI, réserve exposée.

Abstract

The Museum of the Fine Arts School of the Federal University of Rio de Janeiro (called Dom João VI Museum) brings together artworks, books and documents related to the teaching of the arts since the creation of the Academy of Fine Arts in 1816, from a long institutional trajectory. Founded in 1979, the museum undertook a revitalization project in 2005, during which several concepts related to art history and museology were put back in the further discussion. Solutions have been proposed and implemented have tried to adapt a museum

of art education to its profile as a university museum, mainly oriented towards teaching and research, and the pragmatic conditions of a public institution. Its potentiality for research and didactic support has been favored, the exhibition area has been removed and the museum has been transformed into a vast technical reserve where everything is visible. The solutions proposed, with an « exposed technical reserve », rather than promoting privileged exhibitions, sought to provoke reflections, criticisms and, above all, inspirations capable of generating new research from the point of view of a contemporary art history. The purpose of the communication is to present the premises of the museographic proposal and its repercussions in terms of the development and dissemination of research, training of students and welcoming the public. The Dom João VI Museum, guardian of an important part of the history of Brazilian art, as a space related to contemporaneity, allows us to tell other histories of art. By displaying what was previously stored, showing what was hidden, the Dom João VI Museum suggested other ways to look at art and deal with its audience.

Keywords : expography, D. João VI Museum, exposed technical reserve.

Le Musée D. João VI dépend de l'École des Beaux-Arts de l'Université fédérale de Rio de Janeiro. C'est un musée récent fondé en 1979, mais dont la collection renferme une histoire de plus de 200 ans.

Le 12 août 1816, à Rio de Janeiro, le prince régent du Royaume-Uni de Portugal, du Brésil et de l'Algarve, D. João VI, décréta la création de l'École royale des Sciences, des Arts et des Offices, fruit du projet de Joachim Lebreton, ancien secrétaire perpétuel de la Classe des Beaux-Arts de l'Institut de France, qui avait fait venir au Brésil plusieurs artistes et artisans. Le projet d'une double école d'art et d'artisanat ne se concrétisa finalement pas. Lorsque l'institution fonctionna effectivement dans son propre bâtiment, inauguré le 5 novembre 1826, elle portait le nom d'Académie impériale des Beaux-Arts, assumant la formation exclusive d'artistes (et non plus d'artisans). Afin de garantir la qualité de la formation des étudiants brésiliens, une pinacothèque a été créée, organisée en 1843 par le nouveau directeur, le peintre Felix Émile Taunay. Elle comprenait à l'origine des œuvres rapportées de Paris par Lebreton lui-même et d'autres issues de la collection royale de D. João VI.

L'ensemble des œuvres qui constituait la collection didactique de l'Académie impériale des Beaux-Arts affirmait le rôle de l'art dans la construction de nouveaux modèles de civilisation qui plaçaient leur paradigme dans des modèles eurocentriques. Des gravures et des moulages ont été commandés et achetés dans des musées italiens et français pour servir de ressources didactiques à l'enseignement du dessin, fondement de l'apprentissage artistique. Les copies totales ou partielles des œuvres, les ornements architecturaux et phytomorphes, les images gréco-romaines, les reproductions anatomiques du corps humain et des animaux ont servi de modèles aux étudiants pour apprendre à voir et à maîtriser la représentation du monde visible. Avec la mise en place des « Expositions générales » (1840) et des « Prix de voyage en Europe » (1845), la collection s'est enrichie de copies des grands maîtres européens envoyés par les boursiers, d'œuvres issues de concours, ainsi que de donations et d'acquisitions. Cumulativement, l'ensemble présentait aussi bien le meilleur de la production de l'art du pays que des œuvres emblématiques de l'art européen.

Plutôt que de constituer une collection de musées dédiée à la consécration de l'art et à son histoire, les œuvres étaient des moyens idéaux de voir et de concevoir l'art. Comme moyens didactiques, les images rassemblées servaient de références à copier par les étudiants. À l'époque, les œuvres n'avaient aucune valeur en elles-mêmes, mais permettaient de développer les capacités visuelles et techniques des futurs artistes. En définitive, le rassemblement de ces œuvres d'art emblématiques a fini par nourrir des intérêts plus larges, suscitant le désir d'offrir une expérience esthétique à un groupe beaucoup plus

large que celui des universitaires. L'École nationale des Beaux-Arts, comme elle était alors nommée après la proclamation de la République (1889), possédait une importante collection qui devait être utile à tout le monde.

En 1937, un décret présidentiel a promu la création du Musée national des Beaux-Arts. La collection de l'Académie a été démembrée; une partie considérable a été transférée pour intégrer le nouveau musée et l'autre partie est restée dans les salles et les studios à des fins didactiques. Les deux institutions partageaient le même bâtiment, mais dans des espaces distincts, clairement délimités : le musée occupait la partie avant, donnant sur l'avenue Rio Branco, et l'École, les sous-sols et l'arrière du bâtiment. La situation est restée la même jusqu'en 1975, lorsque l'école a été transférée loin du centre-ville dans un bâtiment qui appartenait à la Faculté d'Architecture et d'Urbanisme, situé sur le campus universitaire de l'Université fédérale de Rio de Janeiro, sur l'île de Fundão. Pendant le déménagement, les travaux didactiques ont continué de se tenir dans les espaces pédagogiques et les archives institutionnelles sont restées dans les locaux administratifs.

Ce n'est qu'en 1979 que la direction de l'École des Beaux-Arts, chargée de la conservation et de la préservation des œuvres, a créé le Musée D. João VI, qui devait occuper le deuxième étage de l'immeuble. Comme il était courant à l'époque, le premier commissaire a choisi certaines œuvres, considérées comme emblématiques, pour concevoir une exposition de longue durée. Le reste des œuvres, dont celles qui n'étaient pas en bon état de conservation, fut stocké dans la réserve. Le visiteur devait suivre un parcours chronologico-thématique pour comprendre « l'évolution » de l'art académique : l'arrivée de la « Mission française » de 1816 qui avait accompagné Lebreton; la première génération d'élèves diplômés de l'Académie brésilienne; la génération du siècle de l'École nationale des Beaux-Arts et, pour finir, l'histoire la plus récente de l'École des Beaux-Arts. Les œuvres bien finies et non altérées - toiles et sculptures principalement - ont été privilégiées dans l'exposition.

Les espaces où le musée resta pendant près de 30 ans étaient vastes et agréables. Il y avait un grand hall d'exposition, une réserve, des salles de réception, des locaux pour les archives, la conservation et l'administration. Si, le corps professoral étudiait la collection, ses œuvres et documents, et la mettait en valeur en diffusant le fruit de ses recherches selon des approches nouvelles et renouvelées, les espaces physiques, eux, semblaient stagner, témoignant d'un décalage par rapport aux exigences de l'enseignement, de la recherche et de la diffusion. Placée sous l'autorité du Gouvernement fédéral du Brésil, l'université souffrit directement de l'impact des politiques culturelles et éducatives des différents gouvernements. Le Musée D. João VI, en tant que musée universitaire, a subi plusieurs grandes restrictions d'investissement et des coupes budgétaires. Faute de soins

appropriés, les espaces vastes et agréables de jadis sont devenus défallants, au point de ne plus pouvoir y tenir d'expositions. Le musée traversait une période difficile à l'aube du XXI^e siècle.

En 2005, le musée s'est vu attribuer un projet de revitalisation, parrainé par la compagnie pétrolière brésilienne Petrobrás, et résultant d'une proposition développée par le professeur Sonia Gomes Pereira. Le projet comportait plusieurs éléments : nettoyage et conservation de la collection, mise à jour et mise en ligne de la base de données, modernisation de la réserve.

Au cours des discussions autour du projet du nouveau musée, il a été décidé de modifier l'emplacement de la collection dans le bâtiment afin d'occuper les espaces de la bibliothèque de l'École au septième étage. Bien que la zone d'occupation soit beaucoup moins étendue qu'avant, la proximité du musée par rapport aux salles de classe présentait l'avantage de faciliter son rôle de vulgarisation didactique, tant pour les étudiants de premier cycle que pour les étudiants de troisième cycle. Cette mesure a incité à réfléchir à d'autres orientations pour la muséographie de la collection.

Le projet a entraîné une révision des espaces qui allaient accueillir cette collection et de leurs concepts, ce qui a permis de repenser le musée dans son ensemble et de s'inspirer des débats récents dans les domaines de l'Histoire de l'Art et de la Muséologie. Les solutions proposées devaient correspondre aux critères d'un musée universitaire qui affirme sa vocation d'enseignement et de recherche, ainsi qu'aux conditions pragmatiques d'un organisme public fédéral qui se débat souvent face au manque de ressources humaines et financières.

Cette contingence a favorisé l'instauration d'une particularité dans le profil de ce nouveau musée : contrairement aux autres musées de la ville de Rio de Janeiro qui s'appuyaient sur des propositions d'expositions (permanentes et/ou temporaires), le Musée D. João VI a considéré comme prioritaire son potentiel de recherche et d'appui didactique. L'objectif fut de chercher à mettre en valeur les discussions qui avaient guidé les études sur la production artistique du XIX^e siècle, en particulier celles concernant l'enseignement.

La zone d'exposition a été supprimée et le musée a été transformé en une grande réserve, où tout a été exposé : une « réserve exposée » (fig. 1). Le projet du musée précisait que c'était le résultat de la refonte à laquelle l'art des XIX^e et XX^e siècles avait été confronté. Les œuvres étaient placées dans des situations qui en soulignent le sens. Les objets n'ont pas été exposés pour permettre des admirations contrôlées. L'intention était de placer le spectateur en tant que coauteur, collaborateur potentiel, par rapport à l'objet. L'idée était

également d'éveiller chez le visiteur une qualité remarquable du collectionneur : la curiosité.

L'un des objectifs de la muséographie était de traiter les œuvres en tant que collections. La notion de collection implique l'action de rassembler des œuvres selon certains critères, dans le choix des œuvres et dans celui des méthodes de regroupement, distincts d'une séquence chronologique ou de la sélection d'un artiste en particulier. Pour la première fois, il était possible de voir les murs couverts d'œuvres d'art, ce qui permettait d'observer des séquences, des groupes, des ensembles et de retrouver la manière dont beaucoup d'entre elles avaient été vues dans leur emplacement d'origine.

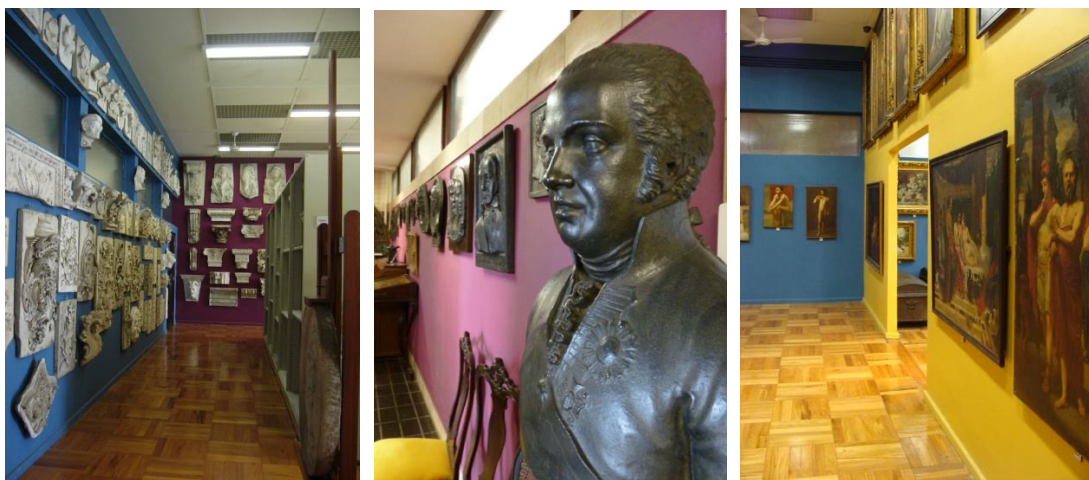


Figure 1 - La réserve exposée du Musée D. João VI-EBA-UFJ, 2019. Photo : Marize Malta.

Conformément à leur fonction d'enseignement et de recherche, les œuvres du musée étaient à présent pratiquement toutes visibles et disponibles pour l'étude. Avec la suppression de la surface d'exposition, il n'y avait plus aucune raison de donner la priorité à certains espaces ou à certaines œuvres. Le musée devint une grande réserve et toutes ses salles et ses espaces de circulation étaient considérés comme des espaces à la fois de stockage et d'exposition des collections. Les diverses collections occupaient les salons et les couloirs : peintures, sculptures (figures et reliefs), arts décoratifs, médailles, meubles et vitraux. Bibliothèques, armoires à portes vitrées et cloisons coulissantes garantissaient la disponibilité de tous les ouvrages (fig. 2). Il n'était cependant pas possible de mettre à disposition les documents d'archives, les dessins et les gravures, trop fragiles pour être manipulés quotidiennement et par manque d'espace physique.

Un autre parti pris pour cette réserve visitable a été de supprimer les cartels en ne laissant que le numéro d'inventaire des pièces. Quand l'objet et le cartel sont parfaitement reliés, ils ne laissent aucune place au questionnement. Alors que la légende est un moyen d'ancrer l'objet, de le cadrer idéologiquement et d'en imposer une interprétation, elle engourdit et

atténue la possibilité dialectique offerte par l'objet. Il fallait « désarmer » les objets, ôter leur étiquette pour les détacher de leur statut sacré et de leur explication historique de l'art, afin de traiter chaque objet comme s'il s'agissait d'un cas spécifique (par exemple, une étude de cas) et non l'illustration de l'œuvre d'un artiste ou d'un style.



Figure 2 - Les équipements de la réserve exposée du Musée D. João VI-EBA-UFRJ, 2019. Photo : Marize Malta.

Le bâtiment, conçu par l'architecte Jorge Machado Moreira, est à la fois un héritage du modernisme brésilien et l'emblème de l'École des Beaux-Arts depuis plus de 30 ans. Sans interférer avec la structure du bâtiment ni avec ses éléments architecturaux, le Musée D. João VI a créé sa propre identité visuelle. La présence de couleurs et la signalétique des œuvres ont fait partie des actions de fond mises en place pour atteindre cette identité. La réserve avait des murs colorés, établissant une situation visuelle et environnementale inhabituelle qui suscitait plus de questions que de réponses.

Le projet du nouveau musée avait pour intention de rappeler, d'une manière contemporaine, les environnements du XIX^e siècle qui utilisaient la couleur, la texture et les motifs sur les murs des salles d'exposition pour créer un arrière-plan aussi artistique que l'œuvre elle-même. Après tout, la composition décorative faisait partie intégrante de la formation artistique de la fin du XIX^e siècle. La grande majorité des œuvres de la collection, restreinte au XIX^e siècle, n'a pas été conçue pour des murs blancs. L'utilisation de couleurs sur les murs a permis de restaurer une expérience visuelle, changeant la perspective des visiteurs qui n'avaient pas l'impression de voir ces œuvres dans des lieux réels, concrets et physiques. Pour contrebalancer la présence de couleurs est venue l'idée que les zones de rangement devaient être « neutres » pour apporter de la dignité à ces œuvres cachées depuis si longtemps.



Figure 3 - Les visiteurs en contact direct avec les œuvres au Musée D. João VI-EBA-UFRJ, 2016.

Photo : Marize Malta.

La collection, ainsi stockée et exposée, a offert la possibilité au visiteur d'explorer son potentiel en tant que chercheur et créateur, sans le limiter à une visite chronologique ou linéaire. L'intention muséographique avait pour but de faciliter la consultation et l'observation des œuvres tout en permettant un contact direct avec ces dernières, encourageant l'émanation de questions, d'hypothèses, de recherches et de rencontres fortuites (fig. 3). Cela a légitimé le Musée D. João VI en tant qu'institution de recherche et d'études, ouverte aux partenariats et aux discussions académiques et qui assume son profil universitaire. Contrairement à une boîte blanche neutre, semblable à une forteresse renfermée sur elle-même, le musée doit inciter à la recherche expérimentale, au débat et aux confrontations d'idées sur les approches et les réaménagements, afin de se poser des questions.

Le projet de rénovation du musée a finalement conduit à la création d'un groupe de recherche qui a étudié la collection du Musée D. João VI. Le groupe ENTRESSÉCULOS a été créé en 2009, avec pour sous-titre « Changements et continuité dans les arts au Brésil aux XIX^e et XX^e siècles ». Un séminaire est organisé chaque année pour réunir des chercheurs afin de discuter de sujets théoriques et historiographiques concernant les œuvres du Musée D. João VI et des collections analogues.

Le nouveau profil du musée a porté ses fruits. Les professeurs de l'école collaborent désormais avec lui. Le nombre de bourses d'étudiants pour la recherche sur sa collection a augmenté, de même que le nombre d'étudiants qui souhaitent l'étudier. Les visites d'enseignants avec leurs élèves en dessin, peinture, sculpture, restauration et en histoire de l'art sont devenues fréquentes. Les demandes d'études - soit sur le contenu du musée, soit sur sa muséographie - de chercheurs d'autres institutions se sont accrues. L'organisation d'événements, d'interventions poétiques et de publications sur sa collection a été promue.

Malheureusement, en septembre 2016, un incendie s'est déclaré au huitième étage de l'immeuble, entraînant l'interdiction d'accès à plusieurs étages afin de permettre des

travaux de restauration. Bien que la collection du Musée D. João VI n'ait pas été touchée, contrairement à la collection du Musée National qui a récemment été entièrement détruite, le musée reste fermé au public. Mais, même si la porte du musée est fermée, il continue de rester actif grâce au maintien d'un service de courrier électronique entre chercheurs, à l'élaboration de projets de vulgarisation et de recherche et à l'accueil de stagiaires. L'équipe du musée reste dynamique pour continuer de faire connaître la collection, pour en assurer la conservation, ainsi que pour faire bénéficier les écoles publiques de ce genre d'expériences. L'utilisation des réseaux sociaux permet au musée de rester en vie auprès du public. Des événements systématiques permettent de diffuser les dernières recherches du musée, des archives et de la bibliothèque des œuvres rares. Les prêts d'œuvres à d'autres institutions garantissent l'exposition d'une partie de la collection.

L'objectif actuel est de transférer le musée dans un lieu plus grand et plus sûr, étant donné que sa collection ne cesse de croître, que les conditions de conservation ne sont pas idéales et que de nouvelles demandes de secteurs et d'espaces sont présentes. Le 29 novembre 2019, le musée a célébré son 40^e anniversaire. Plusieurs initiatives ont vu le jour pour marquer cette date et sensibiliser la direction de l'Université afin de donner la priorité aux investissements qui permettront de créer un espace à la hauteur de la collection, visitable en tant que réserve, une de ses caractéristiques notoires.

La nouvelle muséographie souhaitait susciter une réflexion continue sur la relation entre œuvre, spectateur, lieu et écriture de l'Histoire de l'art. Le Musée D. João VI est un exemple de ce qu'un musée universitaire peut construire grâce à ses travaux de recherche, ses formations de premier cycle et de cycles supérieurs, ses projets d'extension ainsi que ses programmes de bourses pour la recherche de premier cycle et ses stages pour étudiants. Le Musée D. João VI est un exemple de la manière dont un musée universitaire peut prendre en compte et réagir face aux critiques constructives de son corps professoral et de ses étudiants, avis essentiels pour conseiller l'équipe de direction du musée.

Bibliographie

ARGAN Giulio Carlo, 2004 : *Imagem e persuasão: ensaios sobre o barroco*, São Paulo, Companhia das Letras.

ESCOLA NACIONAL DE BELAS ARTES, 1992 : « As exposições de arte contemporânea e de arte retrospectiva », *Jornal do Commercio, Rio de Janeiro*, 13 décembre 1922, p. 3.

BOIME Albert, 1986 : *The Academy and French Painting in the Nineteenth Century*, New Haven, Yale University Press.

CHERRY Deborah & CULLEN Fintan, 2006 : « On location », *Art History*, vol. 29, n° 1, septembre, p. 532-539.

MAY Bridget A., 1993 : « Advice on white: an anthology of nineteenth-century design critics' recommendations », *The Journal of American Culture*, vol. 14, n° 4, décembre, p. 19-24.

MALTA Marize, 2010 : *O ensino artístico, a história da arte e o museu D. João V*, Rio de Janeiro, EBA Publicações.

PEREIRA Sonia Gomes, 1997 : *180 anos de Escola de Belas Artes*, Rio de Janeiro, UFRJ.

PEREIRA Sonia Gomes, 2002 : *185 anos de Escola de Belas Artes*, Rio de Janeiro, UFRJ.

PEREIRA Sonia Gomes, 2008 : *O novo museu D. João VI*, Rio de Janeiro, EBA Publicações.

Notice biographique

Marize Malta est professeure associée à l'École des Beaux-Arts de l'Université fédérale de Rio de Janeiro (BR) où elle travaille au niveau du premier et du troisième cycle. Docteure en histoire, titulaire d'un master en histoire de l'art et diplômée en architecture, elle a achevé sa formation postdoctorale à l'Institut des arts de l'Université de Lisbonne. Elle est chercheuse et responsable de groupes de recherche (« Entresséculos » et « Modos ») et collaboratrice du groupe « Manoirs au Portugal, au Brésil et à Goa : anatomie des intérieurs ». Elle est membre de l'Association nationale des chercheurs en arts plastiques et du comité brésilien d'histoire de l'art. Elle est actuellement coordinatrice du Musée Dom João VI.

Isabela Ribeiro de ARRUDA & Denise Cristina Carminatti PEIXOTO

Museu do Ipiranga: challenges of a museum outside the walls of the university

Abstract

The Museu Paulista of the University of São Paulo, housed in a building constructed in 1890 to celebrate the Independence of Brazil, has been characterized as a research institution since its foundation. Its creation predates USP's foundation (1934), to which was incorporated in 1963 and remains until today. Known as Museu do Ipiranga, due to the proximity to the homonymous river where Independence would have been proclaimed, it seems not to be recognized as a university museum and a research center by the population that visits it, and even to the university community. Its location almost 15 km away from the University campus seems to contribute to this perception. Thus, it is necessary to discuss the role of the institution and its relationship with different audiences that attend it and even with those who do not, even considering its potential attractions (academic research and leisure space). Another relevant aspect relates to its exhibition plans. The last restructuring of the institution (1989) reaffirmed it in the field of history and defined three lines of research, which would also be conceptual axes of the expositions and these, in turn, would be ways of socialization of the knowledge produced from the collections. The systematic evaluation of this proposal began in 2001, with the formation of the Educational Activities Service (SAE) and the definition of lines of action to guarantee the full access of different publics to the space, contents and collections of the Museum, among them: exhibition's evaluation; elaboration of inclusive mediation strategies and resources; and participation in the design process of exhibitions. In this presentation, we will present the results of the surveys carried out over the years, especially those related to the exhibition « Images Recreating History », as well as the accessibility strategies designed for these projects.

Keywords : closed museums, museum education, museum audiences.

Résumé

Le Museu Paulista de l'Université de São Paulo, installé dans un édifice construit en 1890 pour célébrer l'indépendance du Brésil, est un centre de recherche depuis sa fondation. Sa création est antérieure à l'Université de São Paulo (1934), à laquelle il a été ajouté en 1963. On le connaît comme Museu do Ipiranga en raison de la proximité avec le ruisseau Ipiranga où l'Indépendance du pays aurait été proclamée. Il semble que l'institution ne soit pas reconnue en tant que musée universitaire ni comme lieu de production de recherche par la population qui la visite et même pas par la communauté universitaire. Sa localisation, à 15 km de la cité universitaire, semble contribuer à cette vision. Il est alors nécessaire de discuter du rôle de l'institution comme musée universitaire et de son rapport avec les profils variés des publics qui le fréquentent ; mais également des liens avec ceux qui ne le visitent pas en raison de la proximité avec la production scientifique, ni en le voyant en tant qu'espace de loisir distinct. Il y a une autre question à considérer : les plans d'expositions. La dernière restructuration de l'institution (1989) l'a confirmé dans le domaine de l'histoire et a aussi défini trois axes de recherche (Quotidien et Société, Univers du Travail et Histoire de l'Imaginaire) qui constituent également les axes conceptuels des expositions et les moyens de socialiser le savoir produit par leurs exploitations. L'évaluation systématique du succès de cette proposition a commencé en 2001 avec la création du Service des activités éducatives et la définition de différentes lignes d'action afin de garantir un accès total des différents publics à l'espace, au contenu et aux collections du musée. Évaluation des expositions, élaboration de stratégies de médiation inclusives, participation au processus de conception d'expositions et développement de ressources de médiation accessibles constituent les principales lignes d'action. Dans cette présentation, nous présenterons les résultats des recherches menées au fil des ans, en particulier celles qui ont des rapports avec l'exposition « Images Recreating History », ainsi que les stratégies d'accessibilité conçues pour ces projets.

Mots-clés : musées fermés, éducation muséale, public du musée.

Museu Paulista - or is it Museu do Ipiranga?

The Museu Paulista of the University of São Paulo (MP/USP), installed in a monument-building constructed between 1885 and 1890 to celebrate the Independence of Brazil and the memory of D. Pedro I¹, has been characterized as a research institution since its foundation. Its creation predates the University of São Paulo - USP's, which occurred only in 1934, to which it was incorporated in 1963 and whose link remains today. The Museum is one of the largest and oldest museological institutions in the country, with more than 400.000 items in its collection and 27 million visitors received over 125 years of history.

Widely known as « Museu do Ipiranga », due to the proximity to the homonymous creek where the independence would have been proclaimed, the Museum does not seem to be recognized by the population it visits and even by the community of students, employees and professors of the university as a research center. Although it was opened to the public in 1895, as a Natural History Museum, with collections of zoology, botany, mineralogy, arts and history², what permeates the social imaginary is its connection with the events of Independence and characters associated with the Brazilian empire³. Its location, almost 15 km from the university's main campus - with 7.443.770 square meters, called « Cidade Universitária » and located in Butantã, another São Paulo's neighbourhood - seems to contribute to this perception. On the other hand, over the years the Museum has built a strong relationship with the inhabitants of the city, which materializes in a very forceful way, mainly in the month of September, when the celebrations of the Independence Day of Brazil occurs (fig. 1 and 2).

¹ First Brazilian emperor, he was one of the protagonists of the separation process between Brazil and Portugal - a throne of which he was also the heir. The memory of Brazilian independence was object of regional disputes throughout the 19th century, with the predominant symbolic landmark on September 7, 1822 when, while passing through the Ipiranga region in São Paulo, D. Pedro I would have shouted the scream « Independence or Death! », after receiving correspondence about the worsening of portuguese pressure over him.

² The museum's initial nucleus was constituted from a private collection that belonged to Colonel Joaquim Sertório.

³ The monumentality and richness of the ornamentation elements of its building and the ambience created by the gardens around it - whose current feature dates back to 1923 - have, over the years, created a series of narratives about the museum. The best known - and perhaps most curious among them - claims that the building would have been used as a residence for the Royal Family, with royalty rooms spread across its wide corridors. The institution's history, however, is quite different from this imaginary, as explained throughout this text. The visit of D. Pedro I and his entourage to Ipiranga, in 1822, took place 63 years before the construction of the building began. In addition, the emperor died in 1834, in Portugal.



Figure 1 - Celebrations on September 7th, 1912.

Photo: Unidentified author, Revista Careta. Archive of the Museu Paulista of USP.



Figure 2 - Celebrations of the Independence of Brazil on September 7th, 2012. Photo: Hélio Nobre / José Rosaél. Archive of the Museu Paulista of USP. The photograph was taken in the last year that the museum was open during the Independence Day celebrations.

Throughout its more than century-old history, the Museum has undergone several reconfigurations, with transfers of collections more directly linked to the natural and biological sciences. On the other hand, efforts were gradually made, at different times, which sought to reinforce the historical character of the institution. Two moments were decisive in this process: the term of office of director Affonso d'Escragno Taunay,

between 1917 and 1945, in which new celebratory collections of the country's history were formed with the protagonism of São Paulo characters, with relation to the celebrations of the first centenary of Brazil's Independence in 1922; and the management of Prof. Ulpiano Toledo Bezerra de Menezes, between 1989 and 1994, in which the last transfers of collections took place for the formation of the Museu de Arqueologia e Etnologia of USP (Archeology and Ethnology Museum) and in which a new master plan for the institution was established, centered on research in history and culture between 1850 and 1950, predominantly in São Paulo. Although the first major change took place almost a hundred years ago, it seems to have contributed significantly to the image of a museum where the « traditional » history was crystallized, constituting a challenge for the later administrations - mainly after 1989 - to enlarge and problematize the views of history involved in this imaginary⁴.

Thus, it is necessary to discuss the role of the institution as an university museum and its relationship with the different audiences that attend it (teachers, students, residents of the neighborhood, tourists, the elderly, among others) and even those who do not, considering none of its potential attractions: to be a possibility of getting closer to the academic production of the main university in the country, or to visit a differentiated leisure space - inserted in one of the main parks in the city, which houses, in addition to Museu Paulista itself, the Museu de Zoologia of USP (Zoology Museum) and one of the units of the Museu da Cidade de São Paulo (São Paulo's City Museum).

Another relevant aspect refers to its exhibition plans. The last restructuring of the institution (1989) reaffirmed it in the field of history and defined three lines of research: Daily life and Society, Universe of Work and History of the Imaginary. Linked to the research of the professors who are part of the staff, which was quite numerically restricted, the exhibitions were being revisited based on the theoretical and methodological references of the field of History, especially those related to the understanding of the dimension occupied by materiality in human societies. The exhibitions, therefore, sought to constitute a way of socializing the knowledge produced by the university through the work of the Museum's

⁴ The exhibition created by Taunay constructed a narrative that was both national and regional, in which the state of São Paulo figured as a protagonist in the processes of occupation and territorial expansion, in economic activities and in the political processes of emancipation - culminating in the very episode of Brazilian's Independence in São Paulo soil. Such an impactful and controversial discourse persists in the memory of generations of visitors to the present, and over the years the teams that worked at the institution have faced the challenge of working with the explanation of this constructed narrative, using added expographic elements and a series of educational actions. Taunay's exhibition cannot even be altered, as it was considered by the country's preservation agencies as a kind of « three-dimensional narrative of history », typical of the beginning of the 20th century, and which must be understood as a heritage to be preserved. Criticizing the exhibition, which represents extremely problematic indigenous groups and black populations in extremely problematic ways, with a brand new expography is a major current challenge in the Museum's new exhibition plan.

researchers in the collections of the institution. The systematic assessment of the success of this proposal began in 2001 because, although the Museum has been closely linked to formal educational institutions since the beginning and for decades it has been the most visited museum in the city, only at this moment an area dedicated to this work was created with the establishment the Educational Activities Service (SAE). Different lines of action were then structured to guarantee full access by different audiences to the Museum's space, contents and collections. This commitment unfolded on several fronts of work, among them:

- the evaluation of exhibitions;
- the elaboration of inclusive mediation strategies for different social groups;
- the participation in the exhibition design process; and
- the elaboration of accessible mediation resources in different formats.

Closed doors. A Closed Museum?

It is essential to address in this text the process that the Museu Paulista has been going through since 2013. On this year, the institution hired the services of an architecture firm specialized in restoration in order to assess problems found in the lining of some rooms in the building. In August 2013, a technical report informed that there was an imminent risk of detachment of two of the liners evaluated. For safety precautions, on the following day the board decided to ban the building for both visitors and employees, and a long renovation process began. For years the technical team had been preparing projects that would allow restoring, adapting and expanding the Museum spaces, meeting the demands of visitation, accessibility and conservation of collections. In this way, since this day the museum has been closed for a wide process of restoration and modernization and its reopening is scheduled for 2022, the year when the bicentenary of Independence of Brazil will be celebrated.

The planning process for new exhibitions, in progress, takes into account the experience of years of research carried out by SAE, especially those related to exhibitions. In this text, we will highlight the experience of the exhibition « Images Recreate History », as well as the accessibility strategies designed for these projects, and initiatives for listening different audiences currently underway.

Audience survey at the Museu Paulista: evaluation of exhibitions and dialogues with the public

The public surveys developed at the Museum over time addressed different issues, covering both visitation profile surveys (Who are the visitors of the Museum? How old are they? What is their education level? How do they usually visit it? Among other questions) and surveys on exhibition resources (in the planning phase or already implemented).

In 2007, the Museum opened an exhibition called « Images Recreate History », whose objective was to demonstrate how some historical paintings in the collection created, over time, a specific point of view about the past, with a series of new information provided by our researchers⁵. One of the objectives was to encourage the public to read these images critically, understanding them as a dated construction and with specific intentions of their original context. Then, some surveys were created to investigate how we could achieve this goal. The exhibition reconfigured an entire wing of the Museum's exhibition space, which was occupied by large-format paintings (fig. 3).



Figure 3 - Exhibition « Cartography of a history - colonial São Paulo: maps and reports », 2005.
Photo: Hélio Nobre / José Rosael. Archive of the Museu Paulista of USP.

The results of the surveys showed that the majority of the public believed that the images of the paintings were similar to faithful portraits of the past and the exhibition intended to criticize this social perception, demonstrating its construction process, objectives and implications from its circulation. Another discovery of the research was the close relationship that the public built when an object and a painting were placed in close proximity. The interpretation effect was that the physical object was the same represented in the painting and that the painting was a real record of the past - even when produced 300 years after the represented event. The team also found that when the same exhibition

⁵ Based on new researches, the exhibition will be updated for the reopening of the Museum in 2022, with the title « Passados Imaginados » (Imagined pasts). Surveys carried out by the education team after the opening of the first exhibition on some of the showcases will also be considered in this new formulation.

room had objects and images, the objects used to « win » the contest for the visitors attention, and the paintings always ended up in the background. Based on this information, the education team discussed with the curatorial group new strategies to encourage new understandings of the rooms - choosing, for example, to treat the images separately from the objects and to insert resources for reading the images, such as projections below the paintings. In addition, the exhibition was the first in São Paulo to include accessibility features in the exhibition space itself, such as tactile reproductions of paintings and texts in braille and enlarged ink (fig. 4). Such resources were used autonomously, in order to promote visiting experiences that equally involved visitors with and without disabilities.



Figure 4 - Exhibition « Images Recreate History », Room « Imagine the beginning », 2007. Photo: Hélio Nobre / José Rosael. Archive of the Museu Paulista of USP. The image records the moment when the original painting was darkened and the projection below it addressed its elaboration. Ahead, there are accessibility features.

Other examples are related to the Museum's reopening process, scheduled for 2022. Is it essential to understand, after such a long period of interdiction, who are our visitors? What do they think about the Museum and its best-known items? What do they understand from the design of the exhibitions we are preparing? Then we started a process of listening to audiences in a very organic way. In 2018, we started with cycles of conversation with members of neighborhood institutions and some members of the Museum's staff. Then we left for a group of young people participating in theater workshops held in the neighborhood, using the methodology of producing podcasts to conduct the discussion⁶. At the same time, we started a partnership with a research group on urban anthropology at the university (NAU/ USP), in order to initiate approaches with other groups, such as young

⁶ The pilot project was carried out in partnership with a process facilitation company called Entrelinhas.

MCs from the periphery of the neighborhood⁷, using their own artistic expression to discuss the Museum's themes, and groups of female leaders of popular housing movement in the city. This effort is based on the idea that the museum and its expography need to be intelligible and to dialogue with all audiences – since the whole society contributes to its sustainability and, of course, has the right to visit it and enjoy this experience. In 2020 – and even with the social distance measures imposed by the COVID-19 pandemic –, this process was extended and we started a broader collective listening process with different social groups, working with age, ethnic and gender cuts⁸. The selected groups involves teachers, tourism professionals, LGBT people, members of indigenous and black movements, people with various disabilities, among others. We intend to establish a broader dialogue with society, understanding the expectations of the public in relation to the Museum and building new guidelines for themes and approaches for exhibitions, educational and cultural actions that can be developed from 2022 onwards.

Such actions are consistent with the understanding that public institutions of culture, such as the Museu Paulista, must act in accordance with national and international premises on cultural rights, explained in normative documents and specialized bibliography in the field. The permanence of actions with the public, either during the closing period of the Museum, or after the opening of exhibitions, therefore, are not characterized as mere circumstantial options, but as a political and institutional position to fulfill the Museum's mission and understanding access to cultural heritage as a fundamental human right.

This is our main objective: to build a museum accessible to all audiences – not only from a physical and communicational point of view, but also dialogical.

⁷ The project was carried out at the Battle of Brasirima, which meets weekly in a square in the neighborhood of Vila Brasilina, in São Paulo.

⁸ The ongoing project is carried out in partnership with a process facilitation company called Entremeios.

Bibliography

ABELEIRA Denise Cristina Carminatti Peixoto & ARRUDA Isabela Ribeiro de, 2018: « Museu fechado, caminhos abertos. Ações educativas durante o fechamento do Museu do Ipiranga », in AMARAL Lilian & TOJO Joselaine Mendes (org.), *Rede de redes. diálogos e perspectivas das redes de educadores de museus no Brasil*, São Paulo, SISEM/SP; ACAM Portinari. Available on: <https://www.sisemsp.org.br/redederedes/artigos/nucleo2/a1.html>.

ALVES Ana Maria de Alencar, 2001: *O Ipiranga Apropriado: Ciência, política e poder. O Museu Paulista, 1893-1922*, São Paulo, Humanitas.

ARRUDA Isabela Ribeiro de, 2017: « Portas fechadas. Museu fechado? », *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, n° 5, September, p. 198-210. Available on: https://www.sescsp.org.br/online/artigo/11553_ISABELA+RIBEIRO+DE+ARRUDA.

BOGUS Ricardo Nogueira, 2009: « O projeto museográfico da exposição Cartografia de uma história - São Paulo colonial: mapas e relatos », *Anais do Museu Paulista*, vol. 17, n° 1, January, p. 17-73.

CÂNDIDO Manuelina Maria Duarte, 2013: *Gestão de Museus, diagnóstico museológico e planejamento. Um desafio contemporâneo*, Porto Alegre, Medianiz.

DESVALLÉES André & MAIRESSE François (org.), 2013: *Conceitos-chave de Museologia*, São Paulo, Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, Pinacoteca do Estado de São Paulo, Secretaria de Estado da Cultura.

GOUVÊA Guaracira, LEAL Maria Cristina L. & MARANDINO Martha (org.), 2003: *Educação e Museu: a construção social do caráter educativo dos museus de ciência*, Rio de Janeiro, Access.

MENESES Ulpiano Toledo Bezerra de, 2013: « A exposição museológica e o conhecimento histórico », in FIGUEIREDO Betania Goncalves & VIDAL Diana Gonçalves, *Museus: dos Gabinetes de Curiosidades à Museologia Moderna*, Belo Horizonte, Fino Traço.

MIRANDA Marcos Paulo de Souza, NOVAIS Andrea Lanna, 2015: « M. Acessibilidade aos bens culturais: direito humano fundamental », in SOARES Inês Virgínia & CUREAU Sandra (org.), *Bens culturais e direitos humanos*, São Paulo, Ed. Sesc-SP.

MUSEU PAULISTA DA USP, 2013: *Relatório Anual de Atividades*, São Paulo.

NATALE Edson & OLIVIERI Cristiane (org.), 2013: *Guia brasileiro de produção cultural 2013-2014*, São Paulo, Ed. Sesc-SP.

RAMOS Francisco Régis L., 2004: *A doação do objeto: o museu no ensino de História*, Chapecó, Argos.

SCHWARCZ Lilia M., 1993: *O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil - 1870-1930*, São Paulo, Companhia das Letras.

SILVA Carla Regina, 2007: « Oficinas », in PARK, Margareth, FERNADES Renata & CARNICEL Amarildo (org.), *Palavras-chave em educação não-formal*, Holambra, Ed. Setembro; Campinas, Unicamp/CMU.

Biographical notes

Isabela Ribeiro de Arruda is graduated in history from the University of São Paulo (BR). She has a Specialization course in Cultural Project Management (USP, 2017). She has been working in museum education since 2010 and worked as educator in Butantan Institute's Historical Museum and in São Paulo Resistance Memorial, among other experiences in cultural institutions. Since December 2012, she has been part of the Educational Activities Service of the Paulista Museum (University of São Paulo), where she currently holds the position of Education Supervisor. She's a member of the Committee for Education and Cultural Action (CECA) of the International Council of Museums (ICOM) and the Group of Studies and Research in Accessibility in Museums.

Denise Peixoto is graduated in history from the University of São Paulo (BR). She has a specialization in environmental education and teaching methodology and a master's degree in archeology with emphasis in education. She worked as an educator at the Museum of archeology and ethnology and since 2001 she has been an educator at Paulista Museum. Between 2001 and 2016, she was supervisor of the educational activities service of this Museum. In 2009, she received an honorable mention from the « Darcy Ribeiro Award » from the Ministry of Culture for the project « Educational Programs of the Paulista Museum: awareness raising kit and inclusion experiences ».

Reet MÄGI, Krista LEPIK & Pille PRUULMANN-VENGERFELDT

The Role of Exhibition Curators in Developing Inclusive University Museums: Imagined Audiences and Modes of Engagement in the Process of Creating the New Permanent Exhibition at the University of Tartu Natural History Museum

Abstract

The presentation contributes to understanding how university museums can develop cultural and social inclusivity through exhibition-based activities, by taking as a case study the process of making the new permanent exhibition at the University of Tartu Natural history Museum. The paper first determines which audiences and modes of engagements were envisioned by exhibition curators, and then proceeds to investigate the factors influencing the curators in choosing strategies for engaging their envisioned audiences. Our qualitative research was based on semi-structured interviews with exhibition curators. We used the concept of « imagined audiences » from Eden Litt (2012), originally developed for studying social media, and previously applied in traditional and cross-media contexts. In examining engagement modes of museums, our research thus transfers a previously used conceptual framework to the new context of exhibition-based activities. Our presentation suggests how to overcome limitations and exploit the creative opportunities inherent in the creative process of making the exhibition, so as to attain the objective of an inclusive museum environment.

Keywords : audience engagement, exhibition producers, imagined audiences.

Résumé

Cette présentation étudie la façon dont les musées universitaires peuvent contribuer à l'inclusion culturelle et sociale au moyen de leurs expositions, à partir de l'exemple de l'élaboration de la nouvelle exposition permanente du Musée d'histoire naturelle de l'Université de Tartu. Après avoir présenté les publics et les modes d'interaction imaginés, nous nous pencherons sur les facteurs ayant influencé les choix stratégiques des commissaires pour s'adresser à ces publics. La recherche qualitative se fonde sur des entretiens semi-directifs avec les commissaires de l'exposition. On utilise le concept des « publics imaginés » d'Eden Litt (2012), développé à l'origine pour étudier les médias sociaux dans des contextes traditionnels et cross-media et transféré ici au contexte des expositions. La présentation présente des propositions pour surmonter les limites et exploiter les possibilités créatives propres à l'élaboration d'une exposition afin d'atteindre l'objectif d'un environnement muséal inclusif.

Mots-clés : engagement du public, producteurs d'expositions, publics imaginaires.

Introduction

As inclusive institutions, university museums are finding it increasingly important to be able to engage various audiences in enhancing their own meaningfulness, as appraised both by their universities and by their overall societies. Among the tools for engaging a broad range of museum audiences are permanent exhibitions. We use the concept of imagined audiences (LITT 2012) to explore how, in the course of their exhibition-creating process, university museums are able to construct their audiences and shape audience engagement.

We examine the creation of the new permanent exhibition at the University of Tartu Natural History Museum, using interviews with the curators, as the content creators. This museum has long had public audiences, beyond the university's own internal research and education constituencies. However, this new permanent exhibition was for the first time exclusively targeted for audiences outside the university. The main goal of the new exhibition, created over the period 2010-2016, was to raise awareness of nature and environment. Our interviews were conducted during the first months after the exhibition opening.

1. Theoretical framework: the exhibition's imagined audiences and modes of engagement

We consider as museum audiences everyone with whom the museum communicates - visitors, clients, target groups, participants, and any other museum-related groups (LOTINA 2016, p. 12). Following Litt, we treat imagined audiences as conceptualizations of the people with whom the museum communicates (LITT 2012, p. 331). We have found this approach useful since, as Litt shows, the composition of imagined audiences can affect how and what a museum communicates to its actual audiences (LITT 2012, p. 333). This approach has also helped us conceptualize factors that influence curators in their work. Proceeding from Anthony Giddens's structuration theory (GIDDENS 1984), Litt finds audience construction to be affected on the one hand by external (structural) factors, typically environmental and institutional, and on the other hand by internal (agential) factors, in other words by the curators' personal qualities (LITT 2012, p. 334).

The concept of imagined audiences has been previously used to analyse social media (MARWICK & BOYD 2010; LITT 2012; MURUMAA-MENGEL 2017) and cross-media processes (NANI 2018). A few analysts prior to Litt (2012) have already considered imagined museum audiences, proceeding as we do from the perspective of content producers (O'NEIL 2008; SMART 2008). A recent work, independent of Litt (2012), has proceeded from the perspective of visitors themselves (COGHLAN 2018). We have decided to retain Litt's (2012)

concept, with its inclusion of factors influencing the imagining process, but for our part also examining what the curators envisaged as modes of audience engagement.

To map the imagined audiences, we have used the identity-related visitor motivation model developed by Falk (2011) in our final stage of analysis, as we agree that one and the same individual can present a museum with multiple identities and engagements in the course of multiple successive visits (2011, p. 145). Further, we have found Falk's concept valuable in linking our investigation, into the imagining of audiences during the exhibition-creation process, with studies of actual audiences.

Supplementing Litt, we have considered how the curators envisaged the engagement of the various audiences they were imagining. To systematise our findings, we have drawn on the Lotina-Lepik museum-specific taxonomy of engagement modes, via related groups of museum activities (LOTINA 2016; LOTINA & LEPIK 2015). In her taxonomy, Lotina has noted that in addition to engaging audiences through the obvious modes of « Informing » and « Marketing », engagement can involve « Consulting », « Collaborating », « Connecting with participants », « Connecting with stakeholders », and « Connecting professionals » (LOTINA 2016, p. 59-61).

In our case study, we have posed the following research questions:

- Who were seen by the curators as the imagined audiences of the permanent exhibition?
- According to the curators, which factors shaped and influenced their process of audience imagining?
- How did the curators envisage their audiences as engaged when visiting the permanent exhibition?

2. The method: the constructivist grounded theory

We base our case study on semi-structured interviews with twelve exhibition curators, conducted during the first quarter of 2016. At the first stage of our analysis, we applied the techniques of Charmaz's constructivist grounded theory. Our analysis involved the coding of processes in interrelated levels - initial, focussed, and axial (CHARMAZ 2014) - while considering (a) the composition and engagement modes of the audiences as imagined by the curators, and (b) factors shaping and influencing this exercise of imagining. Adopting an iterative approach, we have elaborated our results in a second stage, systematising the visitor groups through a visitors-motivations typology (FALK 2011).

Our twelve interviewees had different professional backgrounds. Five curators had teaching experiences at the previous permanent exhibition, while three others had only worked with scientific collections. Of the twelve, five were trained in various fields of biology, three in various fields of geology, two in semiotics, one in history, and one in information technology. Further, some among the twelve contributed to the entire exhibition, others only to parts. To protect the privacy of this small group, we keep their quotes anonymous.

Since the first author of this case study had herself participated as project manager, we adopted an appropriately modulated insider-research strategy. Although an insider-research strategy has the advantages of intimate access to the given topic and an intimate appreciation of its context, extra attention must be paid to interpersonal ethics, safeguarding anonymity (ATKINS & WALLACE 2012). The first author accordingly contributed by preparing the interviews and carrying out the analyses, with the actual interviewing delegated to the second author. The designing of the study, the establishing of the process, the constructing of a framework for analysis, and the writing were the joint work of all three authors.

3. Results and discussion

Having presented our research questions, we continue by examining firstly the audiences imagined by the curators, secondly the factors influencing the curators in their work of imagining, and thirdly the modes of engagement which the curators envisioned.

3.1. Imagined audiences

We present the results about imagined audiences in overlapping layers, using three main categories: personal characteristics, including demographic features and preferences in consuming information; roles; and motivations for engaging with the museum (fig. 1).

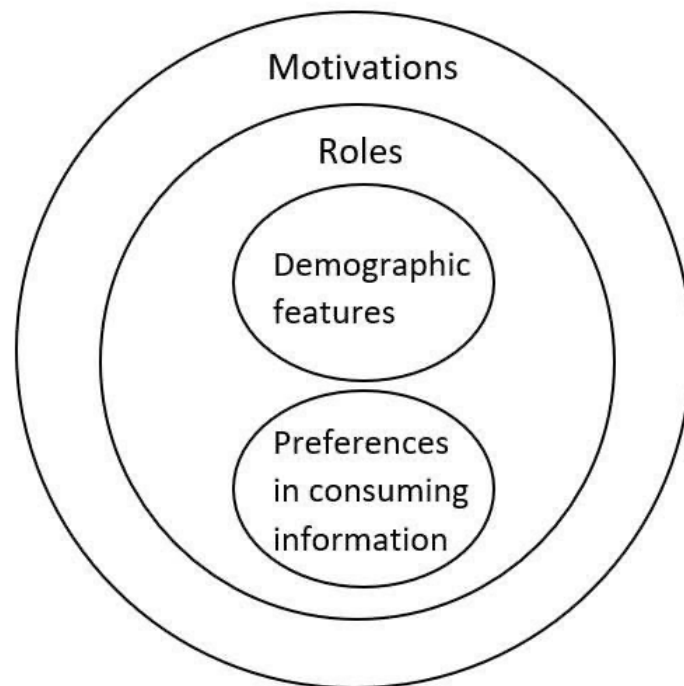


Figure 1 - Structure of imagined audiences. The audiences present a combination of personal characteristics, including their demographic features and their preferences in consuming information (the two inner circles), their roles (the middle circle), and their framing identity-based motivations (the outer circle). Figure: authors.

Among personal characteristics, demographic features such as age, geographical origin, and language preference dominated. Additionally, however, there were varying preferences for consuming information. The segmentation by demographics reflects the museum's social inclusivity. The variation in preferred ways of consuming information (as texts, as objects, as audio, or as video) reflects its concerns for visitors with special needs.

The role-based segmentation took school pupils as the principal audience, while recognizing also the potential presence of tourists, of parents with children, of specialists, and of university students. The latter appear in our segmentation with the qualification that the exhibition was not meant for them, even if they may happen to find some parts of it useful. University museums have traditionally been expected to address students. Since at present, however, permanent exhibitions of natural history have lost their role in university education, this exhibition was directed in the first instance to the public outside the university. As with university students, so also subject specialists were not emphasized. Nevertheless, the curators kept in mind that if specialists, whether from the University of Tartu itself or from other (notably from non-Estonian) institutions did happen to visit, the best of the collection would have to be presented to them, in a manner duly informed by high-quality current scientific understanding.

The classification of audiences according to their motivations for visiting was consistent with the identity-based taxonomy of visitors presented in FALK 2011: the « Explorers », as those interested in the content; the « Facilitators », as those (for example, teachers and parents) who enable the museum visit for others; the « Professional/Hobbyists » (in our particular case including farmers, bird watchers, and collectors of natural specimens); the « Experience Seekers » (tourists); the « Rechargers », as those seeking contemplative experience (in our particular case, people seeking the systematicity of classical natural history); the « Respectful Pilgrims », as senior colleagues honoring the institutional memory; and the « Affinity Seekers », as those coming because of personal heritage (recalling their childhood or student years). The close alignment we have been able to achieve with Falk's visitor identity concept points, we suggest, to the explanatory potential of a nuanced, inclusive approach to the full spectrum of audiences.

3.2. Factors influencing the imagining of audiences

According to Litt (2012), two kinds of factors could influence curators: externally imposed norms and circumstances, and internal factors, involving the curators' own qualities and decisions.

For this case study, the salient external factors included the project rules that determined the exhibition goals and specified its target audiences. These rules determined our demographic and role-based audience characterizations, since the externally applied rules described the target audiences in these same categories. Also salient among the external influencing factors were resources, for the most part acknowledged at the University of Tartu Museum of Natural History as constrained. The curators' citing a troubling paucity of subject specialists reflected the museum's goal of setting high scientific standards, regardless of the popular nature of its new permanent exhibition. The lack of exhibition space was a second stressful resource constraint, leading one curator to say, « If it had been laid down on the ground twice as big as this, it would have been much better for a visitor to be there. » These perceived resource limitations lead us to emphasize the importance, for the curators in our chosen case, of planning their new permanent exhibition with a due regard for the needs and expectations of their imagined audiences.

External influencing factors further included the university's academic values. A curator explained: « It is a so-called integral part of the university's research in natural history and a direct reflection of education that is related to it. In principle, this does not change now; only it becomes a bit more open to society. » This choice of language illustrates the salience, in this curator's mind, of the educating-informative aspect of the envisaged exhibition.

Internal factors involved the various curators' skills, experiences, and motivations. Each individual curator's background proved significant, yielding in some instances an emphasis on science, in others an emphasis on cultural layers, and elsewhere again an emphasis on visual qualities, or alternatively on the active-learning environment. Some curators were disappointed with the final compromises. We acknowledge that experts representing different fields and visions are necessary if a joint exhibition is to achieve richness and diversity. At the same time, it is important that such a team be challenged to keep its work enjoyable for everyone, controversial visions about the exhibition notwithstanding: their final challenge is the delivery of a homogeneous exhibition.

3.3. Imagined modes of engagement

The dominating mode of engagement was in our case « Educating », as this was the mode associated with the widest variety of activities, including educational programmes, guided tours, events, the useful spending of free time, and the acquisition of information. A curator concluded: « A permanent exhibition is a certain type of thing. There are certain so-called regular ways to use it, mostly learning and perhaps less entertainment, but probably learning and getting to know is the most comprehensive term. » Previous research by Lotina has reached this same result regarding the dominance of the « Educating » mode (in her terminology, « Informing »: LOTINA, 2016). The comprehensive nature of « Educating » does, however, now lead us to recommend further research into this mode, so that in future analyses finer detail may be discerned.

The engagement mode of « Attracting the audiences » was defined by how the exhibition affects its audiences through its qualities. Among the requisite qualities, the curators mentioned visually stunning and meaningful objects, amazing details, enjoyable space, the activation of emotions, multiplicity in layers of meaning, and multiplicity in presentation modalities. Here is the key mode for engaging a broad range of audiences. We would point out that for an exhibition to be engaging, the curators must succeed in imagining audience needs and expectations with sufficient concreteness.

The engagement mode of « Collaborating with audiences » involved opportunities for audiences to further the museum's mission. The given exhibition could offer only limited possibilities for collaboration. Nevertheless, the curators did envision examples when interviewed: assistance from expert visitors, so as to correct mistakes; and additionally, the linking of the museum's digital archives to its exhibition, in support of citizen science. We would stress the desirability of exploring such collaborations, as enhancing an exhibition's inclusiveness and engagement intensity.

The engagement mode of « Serving stakeholders » involved activities offered in the interest of stakeholders, such as the delivery of programmes to schools, and again the loaning of museum premisses to other institutions. Stakeholders may have the power to serve as facilitators for actual users, and therefore they were often addressed as cooperation partners.

We thus found that analyzing imagined modes of engagement enhanced our understanding of the curators' audience-construction process.

Conclusions

Our case study has investigated the process of audience construction as a phase in the creation of a new permanent exhibition. Our results include an identification of the audiences imagined by the curators and an identification of envisaged modes of engagement. Additionally, our results include an identification of factors, both external and internal, influencing this curatorial exercise in imagining and envisioning.

On the basis of our results, we offer the following suggestions:

1. Multiple approaches are available for identifying permanent-exhibit audiences (proceeding, for example, from personal characteristics, and again from role characteristics, and again from motivations). Such a diversity in approaches can usefully highlight the full range of engagement opportunities.
2. The exercise of mapping imagined audiences helps identify constituencies who may be marginalized, controversial, problematic, condemned, or even (as in the case of special-needs groups) forgotten. Developing an awareness of opportunities for engaging them contributes to developing an appropriately functional permanent exhibition. Identifying audiences who are insufficiently addressed provides an opportunity for adopting specific remedial measures, such as the preparation of supplementary printed or digital materials, or again the development of supplementary exhibition-based activities.
3. Permanent exhibitions are created by curators with diverse professional backgrounds and experiences. Sometimes, as with a natural history museum, professional backgrounds can prove highly specialized. Hence, curators are likely to differ in the ways they envisage audience engagement. Diversity in the curatorial team contributes to the creation of a rich and versatile exhibition. However, to keep the assignment motivating for them, and to secure the desired comprehensiveness for the exhibition, it is important to facilitate cooperation and feedback among the

team members, the diversity in their curatorial roles notwithstanding. As team members strive for cooperation, it is helpful for each of them to be aware of the imagined audiences and the envisaged modes of engagement.

Since permanent exhibitions continue to be significant in a natural history museum, we conclude that an understanding of how permanent-exhibition curators imagine audiences and envision engagement modes will help a museum increase its capacity for public outreach, thereby enhancing its contribution in society.

Acknowledgements

We thank colleagues at the Institute of Social Studies of the University of Tartu and at the Estonian National Museum for helpful criticism; the Natural History Museum, for support; the curators, for consenting to our use of interviews; and our language editor.

Bibliography

ATKINS Liz & WALLACE Susan, 2012: « Insider Research », in ATKINS Liz (ed.), *Qualitative Research in Education*, London, Sage Publications, p. 47-64.

CHARMAZ Kathy, 2014: *Constructing Grounded Theory*, Los Angeles, Sage Publications.

COGHLAN Rachael, 2018: « "My voice counts because I'm handsome." Democratising the museum: the power of museum participation », *International Journal of Heritage Studies*, n° 24 (7), p. 795-809.

FALK John Howard, 2011: « Contextualizing Falk's Identity-Related Visitor Motivation Model », *Visitor Studies*, n° 14 (2), p. 141-157.

GIDDENS Anthony, 1984: *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*, Berkeley, University of California Press.

LITT Eden, 2012: « Knock, knock. Who's there? The imagined audience », *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, n° 56 (3), p. 330-345.

LOTINA Linda, 2016: *Conceptualizing Engagement Modes: Understanding Museum-Audience Relationships in Latvian Museums*, [Doctoral Thesis], Tartu, University of Tartu Press.

LOTINA Linda & LEPIK Krista, 2015: « Exploring Engagement Repertoires in Social Media: the Museum Perspective », *Journal of Ethnology and Folkloristics*, n° 9 (1), p. 123-142.

MARWICK Alice & BOYD Danah, 2010: « I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience », *New media & society*, n° 13 (1), p. 114-133.

MURUMAA-MENGEL Maria, 2017: *Managing Imagined Audiences Online: Audience Awareness as a Part of Social Media Literacies*, [Doctoral Thesis], Tartu, University of Tartu Press.

NANÌ Alessandro, 2018: « "I Produce for myself": Public Service Media, Cross-media and Producers in Today's Media Eco-system », *Media Studies/Mediální Studia*, n° 2, p. 28-47.

O'NEILL Mark, 2008: « Museums, professionalism and democracy », *Cultural Trends*, n° 17(4), p. 289-307.

SMART Pamela, 2008: « Crafting Aura: Art Museums, Audiences and Engagement », *Visual Anthropology Review*, n° 16 (2), p. 2-24.

Biographical notes

Reet Mägi is head of the department of exhibitions and education at the Museum of Natural History and the Botanical Garden of the University of Tartu (EE) and external PhD student in media and communication.

Krista Lepik is lecturer in information sciences of the University of Tartu (EE) and post-doctoral researcher at Lund University (SE).

Pille Pruulmann-Vengerfeldt is professor in media and communication at the University of Malmö (SE).

Miranda STEARN & Liz HIDE

The University of Cambridge Museums: Working in partnership to address social and cultural inclusion in one of the UK's most unequal cities

Abstract

The University of Cambridge Museums consortium (UCM) brings together nine university collections, spanning the arts, humanities and sciences, and varying in size, capacity and aspiration. We are one of the largest groups of university museums in one of the world's leading research universities, as well as being the museum offer for our city and region. Cambridge and the surrounding rural area are amongst the UK's most unequal places. Tackling this inequality gap is a priority for our work. It is the University of Cambridge's mission to contribute society, and our museums, visited by over 1 million people each year, are uniquely placed to do this. By working together, we can play a fuller and more effective role for our diverse stakeholders and communities. This includes contributing to tourism and the local economy, promoting health and wellbeing, helping address inequality, supporting outcomes for children, and opening up the museums and university to a more diverse range of people. We have developed a range of strategies to do this: (i) We undertake audience research to understand who visits and who is excluded, consult directly with non-visitors, and plan audience development approaches accordingly. We use local population data to understand who our under-served communities are, what challenges they face, and what difference we can make; (ii) We invest in specialist staff in learning, inclusion, programming and communications, both within individual museums and in the central team, to co-ordinate joint approaches; (iii) We develop partnerships with local government, schools, health and community partners, and other museums and cultural organisations to deliver work that connects local communities with our collections for mutual benefit. This paper will share examples of these strategies in action across our interdisciplinary partnership and analyse the effectiveness of these approaches to social and cultural inclusion.

Keywords : education, inclusion, inequality, social mobility.

Résumé

Le consortium des Musées de l'Université de Cambridge (UCM) rassemble neuf collections universitaires couvrant les arts, les lettres et les sciences, et qui varient en taille, capacité et aspirations. Nous sommes un des plus grands groupes de musées universitaires offrant des services non seulement pour une université de recherche de renommée mondiale, mais également pour notre ville et notre région. Cambridge et ses environs ruraux sont un des endroits les plus inégalitaires au Royaume-Uni. Réduire et combler ces inégalités est une priorité pour nous. La mission de l'Université de Cambridge est de contribuer au développement de la société, et nos musées, visités par plus d'un million de personnes par an, sont bien placés pour jouer ce rôle. Par un effort conjoint, nous pouvons jouer un rôle plus complet et efficace pour nos divers partenaires et communautés environnantes. Ceci comprend : contribuer au tourisme et à l'économie locale, promouvoir la santé et le bien-être, s'adresser aux inégalités, soutenir les objectifs des enfants, et ouvrir les musées et l'université à un public plus large et varié. Nous avons développé une série de stratégies afin de mieux remplir ce rôle : (i) Nous analysons notre public pour évaluer qui visite et qui ne visite pas, nous consultons également directement les non-visiteurs, et nous développons des approches pour atteindre ce public. Nous utilisons des données sur la population locale afin de savoir quelles sont les communautés en sous-effectifs, à quels défis ils doivent faire face, et comment nous pouvons changer les choses. (ii) Nous investissons dans un personnel spécialisé dans la pédagogie, l'inclusion, la programmation et la communication, aussi bien dans chaque musée que dans l'équipe centrale, afin de coordonner les deux approches. (iii) Nous développons des partenariats avec les municipalités, les écoles, les partenaires santé et communautaires, ainsi que les autres musées et organisations culturelles, afin de livrer un travail qui connecte les communautés locales avec nos collections pour le bien réciproque. Cette présentation donne des exemples de ces stratégies mises en action à travers nos divers partenariats interdisciplinaires et analyse l'efficacité de ces approches en ce qui concerne l'inclusion sociale et culturelle.

Mots-clés : éducation, inclusion, inégalité, mobilité sociale.

1. The University of Cambridge Museums consortium

The University of Cambridge Museums (UCM) consortium comprises eight public Accredited Museums and the Cambridge University Botanic Garden, which together welcome over 1 million visitors per year. Their collections range across arts, humanities, and sciences¹. In addition to their public role, they play an important part in international research and student teaching and learning. The UCM consortium's shared vision is to activate the power of the University through its collections, sharing them with its communities and networks to deepen understanding of our world, inspire new thinking, and address local and global challenges. The consortium's structure is heterogeneous, and members must work effectively together to ensure a coordinated and collaborative approach to activities, and to maximise impact (HIDE 2014).

A strategic coordinated approach is of particular importance when engaging with public audiences; UCM is the largest and highest profile cultural provider in the city of Cambridge and the region. The breadth and range of collections and expertise across the eight museums and Botanic Garden enable a rich multidisciplinary offer, making connections between the museum collections and responding to audience needs, interests and priorities. Together, the UCM museums are able to deliver high-profile public programmes and targeted interventions on a scale that would not be possible in the smaller individual museums; together, the staff has considerable expertise in museum practice as well as subject specialist knowledge. Collaboration has also enabled the consortium to secure increased investment, most notably Level 3 National Portfolio Organisation status from Arts Council England (ACE). In 2019-20 this accounted for around £1.2 annually as part of a three-year programme.

This collaborative approach has enabled the UCM to successfully advocate for its work within and outside the University and build relationships with key regional and national stakeholders. Most relevant to the consortium's work around social inequality are the excellent working relationships that the UCM has built with Cambridge City Council, Cambridgeshire County Council, the University of Cambridge Admissions Office, and individual schools.

¹ The University of Cambridge Museums (UCM) comprises: Museum of Archaeology and Anthropology, The Fitzwilliam Museum, Kettle's Yard, Museum of Classical Archaeology, The Polar Museum, Sedgwick Museum of Earth Sciences, Whipple Museum of the History of Science, Zoology Museum and Cambridge University Botanic Garden.

2. The Cambridge context: serving an unequal city and region

Perceptions of Cambridge may be dominated by its reputation as home to a world-leading university and thriving tech industries, but not everyone shares in the city's prosperous economy. Parts of the wider region rank among the most deprived in England (KING & LEEMAN 2019). Cambridge was ranked the most unequal city in the UK in 2017 and 2018 (CENTRE FOR CITIES 2018). Both the city and parts of the region score particularly badly in relation to social mobility.

Social mobility is defined as « breaking the link between an individual's parental background and their opportunities to reach their full potential in terms of income and occupation. It is about better opportunities for each generation and making access to these opportunities fairer, regardless of background. » (BOSTON CONSULTING GROUP AND THE SUTTON TRUST 2017).

Recently, increasing attention has been paid to the unequal distribution of social mobility in the UK and internationally. In some places, growing up poor is highly likely to negatively impact life chances, while elsewhere the negative impact is far less. Within England, the Government's Social Mobility Index ranks local authority areas in terms of social mobility in relation to young people's life stages.

The 2016 Social Mobility Index (SOCIAL MOBILITY AND CHILD POVERTY COMMISSION 2016) noted that « Many of the richest places in England are doing worse for their disadvantaged children than places that are much poorer. » The report specifically named Cambridge as performing relatively badly given its level of deprivation, and identified a high number of areas within the East of England where social mobility is lower than expected given the level of deprivation.

Recognition that the immediate city and region contain some of the worst social mobility cold spots in England alerted the UCM to the urgency of the issue. In order to claim relevance to the lives of young people in the region, we needed to consider museum education activity from the point of view of social mobility, and to understand what contribution could be made to pushing back against inequality of opportunity.

3. What role might museums play in supporting social mobility?

The geographic discrepancies in social mobility are distressing and indeed shaming, but they also offer hope: social mobility can be improved, and the datasets referenced above provide a starting point to identify suitable approaches. Social mobility is discussed in

various contexts, including international research, UK Government research and evidence-based policy documents, third sector research, and culture sector specific research. The UCM drew on a wide range of studies to understand what kinds of interventions might positively impact social mobility. Analysis indicated that the University of Cambridge Museums and museum education departments more generally, deliver a wide range of activities that have the potential to impact positively on social mobility if targeted appropriately – the work of museum educators has something particular to offer in relation to this agenda². Attributes of programmes with the potential to contribute in this area include the following:

3.1. Providing high-quality early years experiences

When gaps in attainment between children from low-income backgrounds and their more affluent peers become established before age five, these gaps remain and grow throughout a child's education. Interventions working with pre-school children have significant potential for lasting impact (BOSTON CONSULTING GROUP AND THE SUTTON TRUST 2017; EDUCATION ENDOWMENT FOUNDATION 2018). Work with pre-school children in museums is currently a vibrant area of practice (HACKETT, HOLMES & MACRAE 2020), and UCM has a number of projects and programmes in this area (NOBLE & WALLIS 2020, WALLIS 2020).

3.2. Supporting the development of « soft » and « non-cognitive » skills

Reduced opportunities to develop skills such as confidence and resilience are seen as one contributing factor potentially holding back pupils from lower-income backgrounds with unequal access to extracurricular activities. Recommendations for addressing this include schools engaging in community partnerships to deliver extracurricular activities, and subsidising trips and extracurricular activities for disadvantaged pupils (BOSTON CONSULTING GROUP AND THE SUTTON TRUST 2017; BAARS, SHAW, MULCAHY & MENZIES 2018; EDUCATION ENDOWMENT FOUNDATION 2018). This suggests that non-school settings such as museums have something distinctive to offer in relation to the development of these skills. The Case Study below explores this through the UCM's programme of strategic partnerships with local schools.

² At a workshop during Group for Education in Museums conference 2018, an informal mapping exercise suggested that museums of all scales were engaged in activity that had the potential to impact on social impact, though many had not necessarily approached it from this perspective: <https://gem.org.uk/training-and-events/gem-conference-2018/reports/> (accessed June 2019).

3.3. Raising aspirations, offering insights into employment

Meaningful work experience opportunities and vocational pathways such as apprenticeships have the potential to contribute to social mobility (BOSTON CONSULTING GROUP AND THE SUTTON TRUST 2017; BAARS, SHAW, MULCAHY & MENZIES 2018). The UK museum sector has been engaging with apprenticeships over the past decade. UCM delivers a range of activities that offer insights into the world of work, supporting varied pathways for young people aged 16+ through their Opening Doors programme with routes to participation in the sector, including volunteering, work experience, traineeships, paid internships, and apprenticeships.

3.4. Supporting young people at « transition » stages

Proactive support for disadvantaged pupils making the transition from primary to secondary school can help guard against negative impacts at this crucial stage (BAARS, SHAW, MULCAHY & MENZIES 2018 AND EDUCATION ENDOWMENT FOUNDATION 2018). The Fitzwilliam Museum has been involved in transition support projects since 2008 (NOBLE 2010), and this remains an important aspect of the UCM's strategic schools work, as outlined in the Case Study below.

3.5. Promoting high-quality teaching

Teacher access to continuing professional development (CPD) is specifically referenced in studies of factors positively impacting social mobility (BAARS, SHAW, MULCAHY & MENZIES 2018). Museums can be well placed to contribute to teacher CPD. At the UCM, CPD is part of the general offer to schools and teachers and is integral to the development of strategic school relationships and initiatives.

3. 6. Targeting disadvantaged children, young people, and communities

The above activities can only make a significant contribution to social equality if they reach disadvantaged children and young people in social mobility cold spots. The UCM targets this work geographically, using social mobility mapping, indices of deprivation, and POLAR4 (Participation of Local Areas) data, which classifies local areas across the UK according to higher education participation rate and demographic data relating to particular school populations. Within schools, collaboration with teachers enables the UCM to focus some activities on the most disadvantaged pupils.

4. Case Study: Strategic School Partnerships

The UCM has developed strategic partnerships with a number of schools in areas of deprivation and low participation in higher education. The communities they serve experience significant logistical, financial, and attitudinal barriers to access the museums. The UCM establishes long-term relationships with schools, their governing bodies, teachers, pupils, and wider communities through these partnerships. Collaboratively-designed programmes combine a nuanced local understanding of need with evidence for what works, resulting in interventions with a higher likelihood of positively impacting young people's outcomes.

Soham Village College is a secondary school (serving pupils aged 11-18) in a village 17 miles from Cambridge, which since 2011 has been working in partnership with the Fitzwilliam Museum. Teachers and school leaders recognised that despite relative proximity to the city, pupils were highly unlikely to experience the cultural offer of the Cambridge museums except through school. Many families living in the village saw Cambridge, let alone its university museums, as not « for them ».

The initial aspiration was for every pupil to visit the Museum at least once during their time at the school. Joint fundraising took place to cover transport costs, and museum educators and teachers planned together to ensure that visits enriched a variety of curriculum areas rather than acting as a one-off « treat ». Since 2011, almost every pupil attending the school has experienced a visit to the museum. Over time the scope of the partnership was extended to include long-term projects with pupils from low-income backgrounds.

In England, schools receive additional funding, the « Pupil Premium », for each pupil who meets low-income household criteria. Thus, it is relatively straightforward for schools to target interventions to these pupils, and the Premium provides funds to invest in this work. The Museum worked with Year 8 pupils (aged 12-13) on Pupil Premium from Soham Village College to support their learning and engagement in English lessons. Timed to coincide with their first experience of studying Shakespeare, a 10-week programme engaged and enthused young people, enabling them to explore and connect with Shakespeare's world as an alternative to learning about Shakespeare exclusively through studying the text. Visiting the Museum weekly, the pupils worked with museum educators and curators to explore collections, including Elizabethan miniature painting, portraits, armour, and manuscripts, and with other arts practitioners, including musicians playing period instruments and drama practitioners supporting them to perform Shakespeare's words in the Museum. A visit to a University of Cambridge college was also included in the programme, helping demystify university life and encouraging pupils to take an interest in

future career pathways. The project was structured to enable the participants to achieve a Bronze Arts Award, an accredited qualification.

The project has been successfully repeated and adapted, incorporating new collections research, new partnerships, and extending the scope to include visits to UCM collections beyond the Fitzwilliam, for example the Cambridge University Botanic Garden and the Museum of Archaeology and Anthropology.

Feedback suggests pupils, teachers, and parents all identified positive outcomes: « We were learning about new things in a fun way! » and « I thought it was going to be boring; however, my opinion changed. »

The school's deputy headteacher identified several benefits, including attainment:

« The students have particularly benefited from working on an extended project, bringing together a number of different disciplines and becoming familiar with the Fitzwilliam Museum. The work that they produced was excellent and seeing their pride in completing the award to a high standard was fantastic. Because the project was deliberately centred around Macbeth, which the students are studying in school, we have also seen a positive impact on their English grades. »

While reflections such as these provide valuable insights into the impacts, a more rigorous approach is needed to evidence the impact of this and other work on social mobility. Since 2018, as part of a project run by the Arts and Humanities Research Council (a UK research funding body), the UCM has been refining an evaluation approach based on pre- and post-project questionnaires for pupils and teachers³. This enables a close look at pupils' changing attitudes in relation to their confidence in different areas of learning as well as their thoughts and aspirations about future pathways including applying to university.

The partnership with Soham Village College is just one of the UCM's strategic school relationships. Each partnership is developed collaboratively with the school and responsive to their specific needs and priorities. At Cromwell Community College, a secondary school in a rural market town, a similar 10-week Arts Award project supports literacy, but without the specific emphasis on Shakespeare. In 2019 pupils worked with a performance poet to create spoken word responses to the Museum of Archaeology and Anthropology's collection exploring issues relating to climate change, while in 2020 their work explored

³ For more information about these evaluation approaches, see <https://www.practicalevaluation.tips/case-study/widening-participation-arts-award-case-study/> (accessed June 2019).

Victorian collections across the museums, adding context to their reading of Charles Dickens within English lessons. At North Cambridge Academy, a secondary school in an area of deprivation within Cambridge city, the partnership programme supports transition from primary to secondary school through enabling every Year 7 (first year secondary) pupil to take part in museum-based activities. Completion of an Arts Award is celebrated at a special event for friends and families at the museum. North Cambridge Academy « Museum Ambassadors » enable the young people to influence the UCM offer, including « takeover days », creating resources for other young people, and hosting events to appeal to their friends and family. Pupils from the school also participate in activities to familiarise themselves with the Museum as a workplace and find out more about future career pathways.

In the future, we will continue refining approaches to measuring impact across these programmes and adapt the programmes as more is understood about what works in the local settings. Partnership with colleagues across the University of Cambridge and other Higher Education Institutions will contribute to longitudinal studies exploring the impact of different kinds of intervention on young people's outcomes and progress⁴.

Conclusion

While a wide variety of museums have the potential to consider the impact of their work in relation to social inclusion and social mobility in particular, this framing can feel particularly pertinent to university museums. Supporting young people to embrace opportunities to learn, discover, be curious, achieve, progress, and make informed decisions about future pathways is one way in which we make a distinctive contribution to our parent institutions' wider missions as seats of learning. In England, public policy and discourse around promoting social mobility clearly relate to more specific concerns around access to higher education for underrepresented and disadvantaged groups, with concerns that top-ranking universities are disproportionately populated by students from privileged backgrounds. Higher education providers that wish to charge more than a certain level of tuition fees are required by the Government to set out plans to improve access, student success, and progression among people from underrepresented and disadvantaged groups.

⁴ The University of Cambridge subscribes to HEAT, the Higher Education Access Tracker, which enables individual pupils' contact with university interventions to be recorded and mapped and their progress tracked, with an emphasis on their progress to higher education. For more information, see <https://heat.ac.uk/> (accessed June 2019).

The University of Cambridge Museums, as the only part of the University routinely visited by over 35.000 school pupils each year, is well placed to make a unique contribution to the University's work to connect with pupils from disadvantaged backgrounds and support them to progress and achieve - and to use the UCM's developing understanding of what works in relation to social mobility to make these interventions effective. This potential for university museums to contribute to widening participation has become a crucial part of how some university museums and the sector's representative bodies in the United Kingdom advocate for their role within their parent institutions (HIDE 2013).

As evaluation of the UCM's work in relation to social mobility increases in rigour, it is important to be clear about the limitations in measuring and demonstrating impact. For the most part, evaluation relies on measuring immediate, often self-reported impacts (such as an increase in confidence or an improved understanding of pathways to different careers) and then relating these to the wider evidence base around successful interventions. Crucially, museum-based learning activity will only ever be one small factor in a young person's experience, and setting out to mitigate the impact of entrenched, structural inequalities with our programmes can seem daunting and, at worst, naively self-important. By helping supply a sticking plaster to the problem of social mobility, might we also risk being part of that problem, failing to challenge the system that is failing so many young people? A more hopeful approach has been championed in the UK, where since 2013 the Museums Association has advocated for a social activist role for museums, summed up in the slogan « Museums Change Lives » (MUSEUMS ASSOCIATION 2017).

The role of museum educators is informed by a desire to make the best, most relevant difference with the resources available: museum spaces, collections, staff, expertise, and partnerships. By understanding the issues around social mobility, and the evidence around what works to make a difference, the long and extensive experience of delivering museum learning programmes, particularly learning programmes within university museums, can be brought to bear upon this key societal challenge.

Acknowledgements

The authors are grateful to Arts Council England, the University of Cambridge, Cambridge City Council, and Cambridgeshire County Council for supporting the projects outlined in this paper. The contributions of educators working across the UCM consortium to develop, deliver, and evaluate the programmes described, particularly Alison Ayres, Sarah-Cate Blake, Sarah-Jane Harknett, Nathan Huxtable, Marie Kennedy, Lucy Laing, Kate Noble, Lucy Shipp, Rachel Sinfield, Jennifer Thornber, Nicola Wallis, and Jennifer Williams are acknowledged.

Parts of the work outlined in this paper will be published in *Building Relevance in Museum and Heritage sites: proceedings of the 2017 ICOM CECA and DEMHIST conference at Historic Royal Palaces*, publication pending, 2020.

Bibliography

ARTS COUNCIL ENGLAND, 2014: « The Value of Arts and Culture to People and Society: An evidence review ». Available on: https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Value_arts_culture_evidence_review.pdf.

ARTS COUNCIL ENGLAND, 2020: « Let's Create: Strategy 2020-2030 ». Available on: <https://www.artscouncil.org.uk/letscreate>.

BAARS Sam, SHAW Bart, MULCAHY Ellie & MENZIES Loic, 2018: « School cultures and practices: supporting the attainment of disadvantaged pupils - A qualitative comparison of London and non-London schools », *Department for Education*. Available on: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/730628/London_Effect_Qual_Research_-_Research_Report_FINAL_v2.pdf.

CENTRE FOR CITIES, 2018: « Cities Outlook 2018 », *Centre for Cities*. Available on: <https://www.centreforcities.org/wp-content/uploads/2018/01/18-01-12-Final-Full-Cities-Outlook-2018.pdf>.

CULTURAL LEARNING ALLIANCE, 2017: « Imagine-nation: The Value of Cultural Learning ». Available on: https://culturallearningalliance.org.uk/wp-content/uploads/2017/08/ImagineNation_The_Case_for_Cultural_Learning.pdf.

CULTURAL LEARNING ALLIANCE, 2017: « Key Research Finding: the case for Cultural Learning ». Available on: <https://culturallearningalliance.org.uk/wp-content/uploads/2017/08/CLA-key-findings-2017.pdf>.

DEPARTMENT FOR EDUCATION, 2017: « Unlocking Talent, Fulfilling Potential: a plan for improving social mobility through education ». Available on: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/667690/Social_Mobility_Action_Plan_-_for_printing.pdf.

EDUCATION ENDOWMENT FOUNDATION, 2018: « The Attainment Gap ». Available on: https://educationendowmentfoundation.org.uk/public/files/Annual_Reports/EEF_Attainment_Gap_Report_2018.pdf.

HACKETT Abigail, HEOLMES Rachel & MACRAE Christina (eds.), 2020: *Working with Young Children in Museums: Weaving Theory and Practice*, London, Routledge.

HIDE Liz, 2013: « Impact and Engagement: University Museums for the 21st Century », *University Museums Group and University Museums in Scotland*. Available on: <http://universitymuseumsgroup.org/wp-content/uploads/2013/11/UMG-ADVOCACY-single.pdf>.

HIDE Liz, 2014: « Bringing University Museums Together: Cross-Disciplinary Working in Cambridge », in JANDL, Stefanie, GOLD Mark & STROMBERG John (eds), *Advancing Engagement: A Handbook for Academic Museums*, vol. 3. , Cambridge, MuseumsEtc.

INMAN Phillip, 2018: « Social Mobility in Richest Countries Has Stalled since 1990s », *The Guardian*, June 15. Available on: <https://www.theguardian.com/society/2018/jun/15/social-mobility-in-richest-countries-has-stalled-since-1990s>.

KING Tom & LEEMAN Jamie 2019: « English Indices of Multiple Deprivation 2019: Summary Report », *Cambridgeshire Research Group on behalf of Cambridgeshire County Council*. Available on: <https://cambridgeshireinsight.org.uk/wp-content/uploads/2019/10/Cambridgeshire-Summary-Report-for-IMD-2019-1.0.pdf>.

MUSEUMS ASSOCIATION, 2017: « Museums Change Lives ». Available on: <https://www.museumsassociation.org/download?id=1218885>.

NOBLE Kate, 2010: « Moving On: Easing the Transition from Primary to Secondary School project report », *The Fitzwilliam Museum*. Available on: https://www.fitzmuseum.cam.ac.uk/sites/default/files/MovingOn_report.pdf.

NOBLE Kate & WALLIS Nicola, 2020: « Leaving room for learning: University of Cambridge Museums Nursery in Residence », in HACKETT Abigail, HOLMES Rachel & MACRAE Christina (eds.), *Working with Young Children in Museums: Weaving Theory and Practice*, London, Routledge.

OECD, 2018: *A Broken Social Elevator? How to Promote Social Mobility*, Paris, OECD Publishing. Available on: <https://doi.org/10.1787/9789264301085-en>.

SOCIAL MOBILITY AND CHILD POVERTY COMMISSION, 2016: « The Social Mobility Index ». Available on: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/496103/Social_Mobility_Index.pdf.

THE BOSTON CONSULTING GROUP AND THE SUTTON TRUST, 2017: « The State of Social Mobility in the UK », *Sutton Trust*. Available on: https://image-src.bcg.com/Images/BCGSocial-Mobility-report_tcm38-165914.PDF.

WALLIS Nicola, 2020: « The power of objects: little things please little minds? », in HACKETT Abigail, HOLMES Rachel & MACRAE Christina (eds.), *Working with Young Children in Museums: Weaving Theory and Practice*, London, Routledge.

WALLIS Nicola, 2020: « Creative Families: Talking Together at the Fitzwilliam Museum », *GEM Case Studies: Early years*, vol. 25. Available on: https://gem.org.uk/wp-content/uploads/2020/03/0_GM157-Gem-Case-Studies-25_FINAL.pdf.

Biographical notes

Liz Hide is the director of the Sedgwick Museum of Earth Sciences at University of Cambridge (UK). With a background in palaeontology, she has spent more than 20 years working in museums as a curator, consultant and as University of Cambridge Museums Officer, where she enabled the eight university museums and Botanic Garden to work together, collectively increasing their reach and profile. In the Sedgwick, she is keen to enable wider audiences to engage with research and researchers, and for students to gain transferable skills and experience through the museum. She has a particular interest in broadening access to the museum, and developing a greater role for it within the wider community.

Miranda Stearn is head of learning at the Fitzwilliam Museum, part of the University of Cambridge (UK) Museums consortium. She leads a team aiming to deliver a creative, inclusive and impactful learning service to connect as wide an audience as possible with the museum's collections. Making a difference to people has been at the heart of her work over fourteen years in the public sector arts and heritage, at London Borough of Richmond upon Thames arts Service, based at Orleans House Gallery, an accredited museum with a national reputation for its innovative education programmes, and then as a Policy Adviser focusing on Learning and Volunteering at the UK's Heritage Lottery Fund. She has been on the board of the London Museums Group, is on the editorial advisory board for the journal *Engage*, and chairs the University of Cambridge Museums Learning Consultation Group. Miranda has a bachelor and master in history of art, and a PhD from the Courtauld Institute of art, exploring contemporary artist commissions and interventions in historic art collections.

Annelies VAN DE VEN & Sharyn VOLK

Overcoming entry barriers: a mobile university museum as a vehicle for inclusion

Abstract

Visitors researchs across museums has shown that the majority of visitors are (sub)urban and have a higher socio-economic status, age and education level than the population average. Though recent shifts to more visitor-oriented objectives have brought in a more diverse audience, the museum space unfamiliar for those hampered by the tyranny of distance. In response to this challenge, a pilot project was developed to bring museum collections and hands-on learning techniques to communities outside the existing museum demographic. The chosen targeted audience comprised over 300 students from five government-run secondary schools in the Goulburn Valley, an area of rural Victoria located several hours drive from Melbourne. Local census data indicate the lower socio-economic status of many of the families of this region, while educational statistics highlight learning problems and a lower university intake from these rural communities. The aim of our project was to examine the effects of these disadvantages on the ground and to assess how successfully we could deploy mobile museum learning strategies to ameliorate the educational and social conditions within these communities. As a result of our work, we noted improved critical thinking, greater cultural empathy and higher confidence levels. By presenting this project in this forum, we hope to highlight the need for greater mobility in how university museums engage with potential audiences.

Keywords : object-based learning, rural education, socio-economic disadvantage.

Résumé

Les recherches menées auprès des visiteurs des musées ont montré que la majorité d'entre eux sont (sub) urbains et ont un statut socio-économique, un âge et un niveau d'éducation plus élevés que la moyenne de la population. Bien que les récentes réorientations vers des objectifs soient axés sur les publics plus diversifiés, l'espace muséal n'est pas familier à ceux qui sont gênés par la tyrannie de la distance. En réponse à ce défi, un projet a été mis sur pied pour faire connaître les collections muséales aux groupes qui ne font pas partie de la population muséale actuelle. Le public cible choisi comprenait des élèves de cinq écoles secondaires de la Goulburn Valley, une région rurale située à plusieurs heures de Melbourne. Les données du recensement local indiquent un statut socio-économique inférieur dans cette région, tandis que les statistiques sur l'éducation mettent en évidence

un faible taux d'admission à l'université. Le but de notre projet est d'examiner les effets de ces désavantages et d'évaluer dans quelle mesure nous pourrions déployer des stratégies muséales mobiles pour améliorer les conditions éducatives et sociales de ces communautés. À la suite de notre travail, nous avons constaté une amélioration de la pensée critique, de l'empathie culturelle et des niveaux de confiance. En présentant ce projet, nous espérons souligner la nécessité d'une plus grande mobilité dans la façon dont les musées universitaires interagissent avec les publics potentiels.

Mots-clés : object-based learning, éducation en milieu rural, désavantage socio-économique.

Introduction

As university museums, we have a dual role: a public one and an academic one. We aim to reach a wide public while promoting research and education goals. However, as museums, we struggle to reach a broad range of audiences, minorities, and those with geographical, economic, and social constrictions. Audience research across museums has shown that most visitors are (sub)urban and have a higher socio-economic status, age, and education level than the average population. University Museums often suffer even more from these inequalities, as institutions existing within the research framework of academia. Though recent shifts to more visitor-oriented objectives have led to a few on-site changes in order to include a diverse audience, this still requires the visitors to venture into an unfamiliar museum space.

In response to this challenge, a pilot project was developed in Melbourne to bring museum collections and hands-on learning techniques to communities outside the existing museum demographic. The chosen target audience comprised over 300 students from five government-run secondary schools in the Goulburn Valley, an area of rural Victoria located roughly 200 km from Melbourne CBD. Local census data reveals the lower socio-economic status of many of the families of this region, while educational statistics highlight learning problems and a lower university intake from these rural communities.

The mission of our project is to examine the effects of these disadvantages on the ground and to assess how successfully museum learning strategies could be deployed to ameliorate the educational outcomes of students within these communities. In response, we deploy a mobile museum, using replicas and de-accessioned collections for object-based learning activities in the schools. The outcomes of these activities have been critical thinking, greater cultural empathy, and higher confidence levels. In presenting the project to the community of university museums, we aim to highlight the need for greater mobility in how our museums engage with potential audiences.

Museum Visitors

Audience research across museums has shown that the majority of visitors are (GAZZERI & BROWN 2010, p. 6; CERQUETTI 2016, p. 34-35; HANQUINET 2016):

- engaging in a social activity – visiting with family, school, or another group;
- urban dwellers;
- educated at a post-secondary level;
- categorized in a higher socio-economic bracket; and
- likely to have visited museums before, especially as children.

These audience biases become further exacerbated over time as those who rarely or never visit museums consider these spaces to be exclusive and think that they will not understand or appreciate the displays. Recent shifts to more visitor-oriented objectives have led to several on-site changes to include a diverse audience (FALK 2016). However, we have a lot of catching up to do, and at least at the moment, the population demographic in many countries is changing. This issue is even more prominent for university museums, which can slip into the role of knowledge temples embedded in an elitist academic context (MACDONALD 2016, p. 79). However, university museums are also uniquely positioned to bridge this gap thanks to a multifaceted approach focusing on education and engagement. The visitor indicators provided above highlight how important it is to bring children to museums in order to increase long-term cultural engagement. However, they are also significant in explaining wider trends of student aspiration. Museum visits as school excursions have been proven to have positive effects on learning retention and attainment. Learning experiences in museums become vivid, inspirational, and motivating through their tangible connections to different temporal, spatial, and cultural contexts. These visits additionally benefit students by encompassing a variety of learning styles and teaching across disciplinary borders. The visits also benefit teachers in providing flexible material avenues for teaching complex curricula. The exclusion of certain students from these non-classroom activities, due to socio-economic or geographical factors, therefore impacts their learning trajectory, allowing fewer opportunities for the development of lateral, interdisciplinary thinking.

Our schools

In Australia, where our project is run, museum learning opportunities incorporate these same biases in terms of geography, socio-economic background, and education level. The Goulburn Valley community where we work is a prime example of this. The region, located roughly 200 km from Melbourne city centre, is one of stark economic disparity that can be seen through the socio-economic inequality across government, catholic, and independent schools (fig. 1). For the five government schools that we collaborate with - Shepparton High School, McGuire College, Mooroopna Secondary College, Kyabram Secondary College, and Numurkah Secondary College - museum-based education and hands-on learning opportunities are not the highest priorities. They are focused on addressing their students' basic needs as the remoteness of these schools means they have limited access to resources, not just books or facilities, but also qualified teachers and support staff, leading to inequalities in experiences and outcomes.¹ Parents of students in our schools are

¹ As a result, the government has decided to merge four underperforming schools into a single « superschool », which aims to consolidate resources into a single central system. As this was only implemented in 2020, the change is not included in this paper, but it will be reported on in later publications.

commonly engaged in one of the region's two primary industries: dairy farming or fruit growing. Students are often enlisted to help parents during non-school hours, and on occasion, students are held back from school in order to help on the family farm. These are challenges rarely considered by largely urban-based policymakers and have led to an underestimation of student motivation and intelligence.

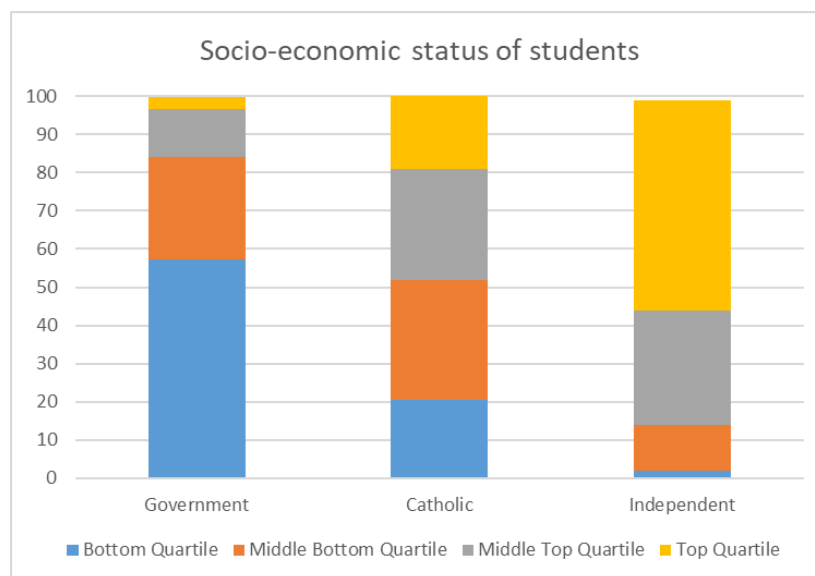


Figure 1 - Socio-economic status of students at different school types based on 2019 ACARA data for Shepparton, the regional centre of the Goulburn Valley.

These indicators of socio-economic inequality directly map onto educational attainment in the region. According to assessment and completion data, by secondary school level, rural students have an annual achievement rate that is 20% lower than their urban peers (LAMB *et al.* 2015, p. 3). Besides marking milestones like yearly attendance and drop-out rates, the report also takes into account the National Assessment Program - Literacy and Numeracy results, a standardized system for testing reading, writing, spelling, grammar, and numeracy that is undertaken on a national level for students in years 3, 5, 7 and 9. The results show that in 2019 our five schools scored below or substantially below the Australian average in each of these five categories for years 7 (age 12-13) and 9 (age 14-15). More worrying are the student progress results for our schools that show a decreased improvement in skills between years 7 and 9 in comparison to students with similar starting scores.

The Mobile Museum

In response to these challenges, our project was launched in 2016. By bringing museum collections and hands-on learning techniques to students outside the existing museum demographic, the project provided an opportunity to wrangle with the effects of socio-economic disadvantages on the ground and assess how successfully museum learning

strategies could be deployed to ameliorate aspirations within these communities. The project was made possible by a deep long-standing commitment to relationship building between the community and the project team. In consultation with school leadership and humanities staff, we developed a program that could support and enhance the existing history curriculum, while providing cross-disciplinary elements that could be carried over to other classes. At the year level that our project engages with, year 7 (age 12-13), the history curriculum across the state of Victoria focuses on the ancient world and early civilizations, particularly Ancient Egypt. Key skills identified by the curriculum are chronology, using historical sources, identifying continuity and change, analyzing causes and effects, and determining historical significance.

In order to address our own project aims and the curriculum requirements, we deployed a mobile museum, using custom-made 3D prints of ancient Egyptian artefacts held in museums and de-accessioned collections from the University of Melbourne in hands-on learning activities. In addition to these resources, our mobile museum kit consists of activity sheets and presentations on terms like context and typology, as well as museum replicas, collections of everyday objects, archaeological tools, and, finally, modern bones and pottery. While most of our activities carry visual, verbal, and written elements, we focus heavily on tactile engagement. Our students are invited to engage manually with all objects in the collection. This is to build on the potential of museums as places for authentic encounters and object-based experiences without requiring a spatial shift (PARIS 2002; KENKMANN 2010). The mobile format of our project allows students to gain familiarity with museum collections and activities, increases their fluency in museum literacy, and provides an important warm-up for many who may not feel at home in museum spaces.

Researchers have concluded that students who interact with museums demonstrate improvements in their critical thinking skills, display increased historical empathy, and develop higher tolerance and confidence (GREENE *et al.* 2014; ALTMAN 2015). Object-based learning, in particular, can bring complex ideas into the immediate experience of students, making them more relevant and relatable. As museum researcher Lainie Schultz highlights, « objects arouse students' curiosity, evoke memories and associations, and motivate them to ask questions and seek answers, thereby deepening their processes of learning » (SCHULTZ 2018, p. 282). In addition to these benefits, schools serving disadvantaged students demonstrate the greatest improvement, as object-oriented methods support various learning styles, improving basic skills like literacy and numeracy through more interactive strategies.

Our Activities

All the activities developed as part of the mobile museum are easily portable, modular for different class sizes and durations, and each has a clear learning outcome. This is incredibly important in dealing with multiple different class groups and compositions within a single visit, as the activities can be adapted without detriment to the project aims. These key aims are:

- exploration of the scientific process through mock excavations, typological exercises using everyday objects, and hands-on archaeological artefact analysis;
- developing literacy through combined visual, auditory, and verbal identification exercises like our gods and goddesses matching game, which relies on recognizing corresponding written descriptions with images and replicas, and our « Tomb in a Box » which helps students to develop their story recall through reliance on physical objects and gamified recording sheets;
- learning to communicate effectively through story-telling activities, including our archaeological typology exercise using everyday objects such as shells and buttons to explore human stories, allowing students to transition from categorization to analysis and self-expression.

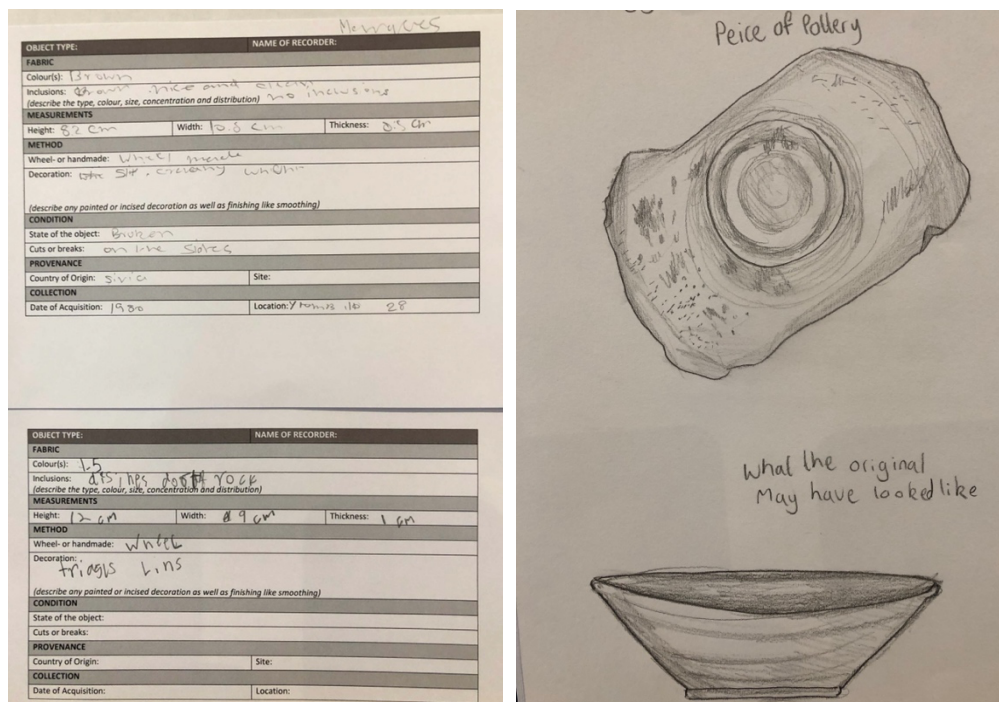


Figure 2 - Pottery recording sheets and drawings made during the 2019 school incursion.
Photo: Annelies Van de Ven and Sharyn Volk.

Although all the activities delivered in our program carry equal curricular weight, we have chosen to focus on our pottery analysis activity in this paper. It combines many of the

important elements of our other activities - creativity, analysis, teamwork, literacy, communication - with something unique to the museum experience, the ability to access « authentic » artefacts and connect to them in a meaningful way. The exercise is based on the use of dedicated non-accessioned collections given to the University of Melbourne following excavations in Syria under the remit that they would be used for teaching. All of the pottery used within our outreach initiative has a clear archaeological context, having been excavated in fieldwork led by University staff members. This is important not only ethically to highlight the significance of recorded excavations for the development of archaeological knowledge, but also in the ability of this exercise to elucidate discussions of complex archaeological terms like context, stratigraphy, and typology. The students are asked to manipulate, observe, analyse, compare, and interpret the sherds. They are given classification sheets describing colour, shape, decoration, and fabric with which they can independently compare their sherds in order to consider the artefact's original manufacture, use, and deposition. To record their interpretations, they use archaeological drawing, artistic reconstruction, and simplified record sheets. We help guide their reflections and provide them with an extended vocabulary to express their observations, but ultimately allow them interpretive authority. Students are invited to share their analytical process and ultimate interpretations with the wider group. This builds confidence and communication skills and helps students be more open in discussing critical questions like: how did these objects come here? and how might they be relevant to us in the present?

Outcomes

The outcomes of these activities are clear from our own experiences in the classroom year after year, as well as from feedback given by students, teachers, and school leadership. Across year-levels, a number of significant changes were noted; among these were improved critical thinking, greater historical empathy, and higher confidence levels. Debriefs with teachers following visits attested to an increase in student interest in ancient history, particularly from those challenged by learning difficulties.

It is equally essential to the project that we are able to measure our impact in a significant and quantifiable way, so besides relying on observation and informal discussions, we also use surveys to evaluate student experiences. So far, the results have been highly encouraging, with over 70% of students indicating that they were more interested in the humanities following our intervention and over 75% highlighting an improvement in information retention.

Skills testing is done through the activities themselves, and, once again, the pottery exercise is key. While our classroom observations of student abilities are important to our estimation

of their progress, completed activity sheets provide a trove of information that can be analysed comparatively across schools and year groups: the recording cards, drawings, and descriptions created during the pottery exercise highlight different skills and aptitudes. Drawings do not just reflect artistic ability; they can indicate an attention to detail as well as how well students are able to read visual information. Written answers can give insights into literacy, spelling, grammar, and vocabulary. Students will also tend to focus on different recording methods; some measure and rely heavily on our comparative typologies, while others provide more personalized descriptions or interpretations. This allows insight into their ways of interacting with artefacts and can help us refine our activities, develop more clear instructions, and guide deeper discussions about how ancient objects speak to our own experiences and identities.

Challenges and possible futures

We continue to expand our mobile museum project. We have build on the skills developed through a collaboration with our senior students to create a mobile Goulburn Valley Museum that explores the multiplicity of local identities and allows students to inscribe objects with their own narratives. This will be used in an international exchange with communities of disadvantaged students in Egypt promoting cross-cultural empathy. This co-creative exercise provides an opportunity for students to explore how past and present interrelate within the context of their own lives.

Despite our optimism for the future development of our project, we still face challenges in achieving our set aims. One of the key issues highlighted by school leadership is the educational aspiration among students. Many students and their parents do not believe they can aspire to higher education, nor do they consider it especially relevant. One of the aims of our project is to open minds to the potential of further study, which continues to challenge us. Finding a way to address this together with parents is a top priority for the project's future.

An additional problem comes with the infrequency and brevity of visits due to funding constraints. We struggle to divide our time and meet the needs of all students and cannot provide extensive follow-up. One way in which we are addressing this is through offering teacher training in hands-on humanities, going through some of the key literature that has informed our work, and collaborating on developing activities that fit within rural classrooms. Teachers are important allies in making our project sustainable and, for our project to work, we need champions in the schools themselves. This can be challenging for rural schools like those in the Goulburn Valley that tend to have a high teacher turnover.

Obviously, this problem requires much more than a single project; there needs to be a change in educational policy and funding structure to reduce school stratification and segregation. But that does not mean that small-scale initiatives cannot make a substantial difference. We hope to highlight the need for greater mobility in how university museums engage with potential audiences by sharing this paper. As long as we are willing (and able) to take the time to get to know our communities and we remember that museums do not need to be confined within their own walls, we can contribute to the amelioration of disadvantage that continues to plague rural schools.

Bibliographie

ALTMAN Stan, 2015: « Student Development through Arts and Cultural Partnerships », in CHATTERJEE Hellen & HANNAN Leonie (eds.) *Engaging the Senses: Object-Based Learning in Higher Education*, Surrey, Ashgate, p. 191-205.

CERQUETTI Mara, 2016: « More is better! Current issues and challenges for museum audience development », *ENCATC Journal of Cultural Management and Policy*, n° 6 (1), p. 30-43.

FALK John, 2016: *Identity and the Museum Visitor Experience*, London, Routledge.

GAZZERI Nicoletta & BROWN Pete, 2010: *No qualifications needed: Museums and New Audiences*, Alto Adige, MusLi.

GREENE Jay *et al.*, 2014: « The Educational Value of Field Trips », *Education Next*, n° 14(1), p. 78-86.

HANQUINNET Laurie, 2016: « Place and Cultural Capital: Art Museum Visitors Across Space », *Museum and Society*, n° 14 (1), p. 65-81.

KENKMANN Andrea, 2011: « Power and Authenticity: Moving From the Classroom to the Museum », *Adult Education Quarterly*, n° 61 (3), p. 279-295.

LAMB Stephen *et al.*, 2015: *Educational opportunity in Australia 2015: Who succeeds and who misses out*, Melbourne, Mitchell Institute.

MACDONALD Sally, 2016: « University Museums and the Public: The Case of the Petrie Museum », in McMANUS Paulette (ed.) *Archaeological Displays and the Public*, London, Routledge, p. 67-86.

PARIS Scott, 2002: *Perspectives on Object-Centered Learning in Museums*, London, Lawrence Erlbaum Associates.

SCHULTZ Lainie, 2018: « Object-based learning, or learning from objects in the anthropology museum », *Review of Edu.*

Biographical notes

Annelies Van de Ven is a post-doctoral researcher at the Université Catholique de Louvain (BE). Her project, in collaboration with the collections team at Musée L, is working to map the itineraries of archaeological material and knowledge in Belgian institutions through their associated archives. Alongside her research, she is committed to encouraging museum learning opportunities through initiatives like the « Goulburn Valley project ».

Sharyn Volk obtained her PhD at the University of Melbourne (AU) with a focus on the function of ancient Egyptian funerary figurines. As part of her research, she developed a new shabti typology for the New Kingdom, considering figurine shapes, attributes and decorative variety. In 2016, Sharyn founded the « Goulburn Valley project » establishing a connection between her own expertise in Egyptology and her passion for rural education.

**Alice Demattos GUIMARÃES, Sibelle Cornélio DINIZ & Bárbara Freitas
PAGLIOTO**

***University museums, inclusion and territory: a case study of Espaço
do Conhecimento UFMG¹***

Abstract

This presentation investigates the relationship between sociocultural inclusion and territory, taking the university museum ECUFMG as a case study. ECUFMG is a space dedicated to cultural and scientific dissemination. It integrates a set of equipment strategically located in a central area of the city of Belo Horizonte due to a public policy focused on culture promotion. The guiding questions of this study were: Is ECUFMG able to break the invisible barriers related to social structure circumscribed in the physical territory? Is it frequented by diverse public profiles? The field study points out that social and cultural barriers limit the access of visitors to the museum. It was found a homogeneous profile among spontaneous visitors - high schooling, high income and high cultural habit, regardless of place of residence -, pointing out invisible barrier to access, concerning questions of belonging and recognition, as well as lack of information about ECUFMG and its attractions. Nevertheless, the public from schools, who goes to the museum through an educational policy of scheduling visits, reaches all sorts of social classes and ages. This is the main way the museum can encourage an audience as representative of social reality as possible. Moreover, scheduled visits also require educational approaches and methodologies that stimulate the dialogue about knowledge produced and ensure their appropriation by a broad and diverse school audience.

Keywords : culture, territory, cultural habits, cultural equipment, cultural economy.

¹ Espaço do Conhecimento UFMG means the Knowledge Space of Minas Gerais Federal University.

Résumé

Cette présentation étudie la relation entre l'inclusion socioculturelle et le territoire, en prenant comme exemple le musée universitaire ECUFMG. ECUFMG est dédié à la diffusion culturelle et scientifique. Il intègre un ensemble d'équipements stratégiquement situés dans une zone centrale de la ville de Belo Horizonte en raison d'une politique publique visant à promouvoir la culture. Les principales questions de l'étude sont les suivantes: L'ECUFMG est-il capable de briser les barrières invisibles liées à la structure sociale circonscrite sur le territoire physique ? Est-il fréquenté par divers profils de publics ? L'étude de terrain montre que les barrières sociales et culturelles limitent l'accès des visiteurs au musée. Nous avons trouvé un profil homogène parmi les visiteurs spontanés (lycée, revenus élevés et habitudes culturelles élevées, quel que soit leur lieu de résidence), soulignant la barrière invisible d'accès, liée aux questions d'appartenance et de reconnaissance, ainsi que le manque d'informations sur ECUFMG et ses activités. Le public scolaire se rend au musée grâce à une politique éducative de planification de visites. Celle-ci atteint dès lors toutes les classes sociales et tous les âges. Ces visites scolaires restent le moyen principal pour toucher le public le plus représentatif possible de la société. Les visites programmées nécessitent également des approches et des méthodologies pédagogiques favorisant le dialogue sur les connaissances acquises et leur appropriation par un public scolaire large et diversifié.

Mots-clés : culture, territoire, habitudes culturelles, équipement culturel, économie culturelle.

Introduction

Culture is manifested in the territory, and it is the main means of use and enjoyment of the city and its various spaces. Artistic-cultural manifestations are opportunities to experience the space, to undergo and to appropriate it. Therefore, taking the city through culture - the *Party* dimension corresponding to Lefebvre's spatial triad - can also be characterized as a form of social emancipation (LEFÉBVRE 1991, 1996). In this perspective, the debate on the role of cultural spaces, where creativity, self-expression, social cohesion, and respect for diversity are stimulated and diffused, is relevant on both public and academic spheres. In a similar manner, the access restriction to those cultural space is a compelling topic.

Accordingly departing from this reflection, the university museum Espaço do Conhecimento UFMG (Federal University of Minas Gerais) -ECUFMG - is the case studied in this article. In the research carried out through the application of questionnaires and semi-structured interviews, we investigated the profile of the audience that frequents the museum, as well as its interfaces with the city of Belo Horizonte. Given the location of this equipment in the central area of the city, it was explored whether ECUFMG can break the social structure circumscribed in the physical territory, breaking the invisible barriers of access and, thus, being frequented by diverse groups.

1. Culture, Consumption and Territory

Culture is a local phenomenon; it is the manifestation and invention of the territory. The city is a cultural phenomenon, a locus of encounters, exchanges, and diversity (RUBIM 2010, LEFÉBVRE 1996). Therefore, to think about culture is to think about the territory.

Pierre Bourdieu's concept of habitus, understood as a set of interferences that individuals receive throughout their lives, regards the relationships constructed within family, with neighbors, and at school, and which form their propensities to act, whether in the economic, social or cultural sphere. Each habitus is singular, but there are deep similarities between habitus of correlated persons, which can be distinguished in a symbolic social space. The author observed that cultural consumption - especially considering fine arts - is a mechanism for maintaining social hierarchy since it incorporates a criterion of distinction. In other words, even a museum that has free access can impose other forms of restriction (non-economic), establishing an invisible barrier, often related to such individual's habitus (BOURDIEU 1984).

Cultural consumption can be seen as a socio-cultural process in which a system of differentiation is effective. For Bourdieu (1984), it is in the symbolic space - where the

objective and subjective social differences are manifested – that validations of social hierarchy occur through the struggles between individuals to establish their positions and representations. Interactions are defined by an accumulation of capital, whether in its financial, cultural, educational, or human form (BOURDIEU 1984).

According to Bourdieu (1996), the locus occupied by an agent is an excellent indicator of its position in the social space because it is the result of its inscription in the physical space. The construction of social space occurs, then, through the spatial distribution of groups and agents according to their positions, which are differentiated, mainly, in two principles: control of economic and cultural capital. Moreover, it is critical to think of a power over space that comes from these forms of capital (BOURDIEU 1996, 1984). This aspect is related to what Lefebvre (1991) conceptualized as the production of space. For the author, all the citizens of a city are involved in producing space to a greater or lesser degree. What changes between groups is how one can enjoy all that the city offers, while others are denied this right to the same space (LEFÉBVRE 1991, 1996)?

The right to the city, which can also be considered the right to urban life, takes place entirely in the urban space, locus of the dialectical triad: political power, economic surplus, and party (MONTE-MÓR 2005, LEFÉBVRE 1996). For Lefebvre (1996), despite political and economic power being concentrated, the party – interpreted as the cultural dimension of urban life – is a collective experience lived in the city. Indeed, the *Party* – widely understood as cultural manifestations – is a phenomenon of exchange, of encounter, of diversity, of exacerbation of social relations, the ultimate expression of what the city is.

2. Case Study: Espaço do Conhecimento UFMG

Espaço do Conhecimento UFMG is a cultural space of the Federal University of Minas Gerais. It is not exactly a museum *sensu stricto*, but rather a « differentiated cultural space, which simultaneously combines culture, science, and art »². Currently, ECUFMG is operated by a partnership between the state government and the Federal University of Minas Gerais. It is also counting on the sponsorship of private companies through the Federal Law of Incentive to Culture.

ECUFMG is a center for training, dissemination, and dialogue between the university and the non-academic community, where the visitor interacts with scientific and artistic knowledge as well as traditional knowledge. In its mission to merge science and everyday life, ECUFMG has a Planetarium, an Astronomical Terrace, and a Digital façade, in addition

² See : <http://www.espacodoconhecimento.org.br/>.

to the long-term and temporary exhibitions. There is also an extensive range of debates, workshops, and other educational activities that attract audiences of different age groups, diverse realities, and broad interests.

Moreover, ECUFMG is part of the Circuito Liberdade, a cultural complex located in the vicinity of Praça da Liberdade, in Belo Horizonte. Praça da Liberdade is a milestone in the history of Belo Horizonte since its construction plan, representing its civic center, is a feature reinforced by public buildings that began to shape its surroundings some years after its conception in 1898. In 1997, it was proposed that these buildings become cultural centers, while the state administration no longer seemed to fit in that place. Then, in 2003, it was announced the transfer of the secretariats and public agencies to a new headquarters, the Administrative City, inaugurated in 2010 when the Circuito Liberdade was also launched. Circuito Liberdade currently has more than fifteen facilities, including museums, cultural and training centers, which engages with the diversity of the artistic universe of Minas Gerais. It has consolidated itself as an instrument of public cultural policy of the state.

ECUFMG was inaugurated on March 21, 2010. Since its opening, more than 350.000 people have visited the museum (fig. 1). There are two groups of visitors: spontaneous and scheduled. Spontaneous visitors are those who go to the museum without prior scheduling. In contrast, the scheduled ones are mostly public schools that take their students to visit the museum, as well as other special groups.

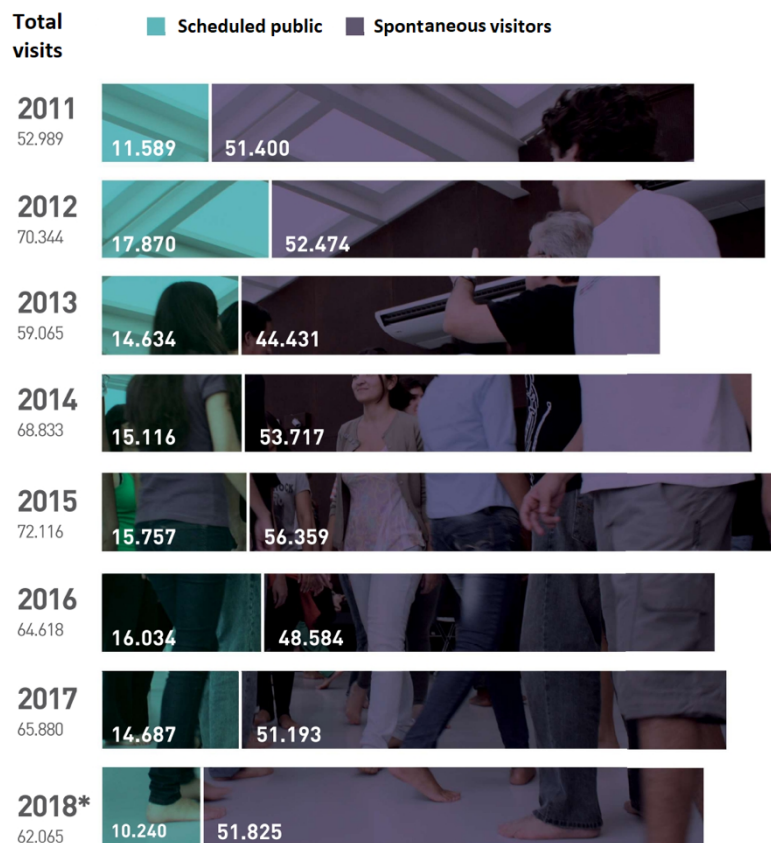


Figure 1 - Audience of ECUFMG since its inauguration. Photo: Espaço do Conhecimento UFMG's Porfolio.

2.1. Methodological aspects

This article is connected to the research project « Public Study of Espaço do Conhecimento UFMG ». The survey, carried out in 2017, had 272 questionnaires applied from a random sample, between April 5 and June 3, 2017. The questionnaire had multiple choice and short answer questions and sought to investigate the socioeconomic profile of the adult visitors and their perception of the museum.

There were also semi-structured interviews with four members of the ECUFMG team and twenty spontaneous visitors, comprising 17 residents of all regions of the municipality of Belo Horizonte and three residents of other municipalities of the Belo Horizonte Metropolitan Region (RMBH). These interviews aimed to investigate in greater depth the correlations between the role of ECUFMG and the concepts and ideas presented in the theoretical part of the research, especially questions that were not thoroughly addressed in the questionnaires at the first phase of the study.

Finally, the « participant observation » method was adopted during the research. This method establishes the importance of the contact between the observer and the social field

being observed. This allows for greater involvement of the researcher by sharing more subjective processes with the individuals due to a face-to-face interaction (HAGUETTE 2001, GIL 2008). This was the case here since the authors, as members of the aforementioned research project, were responsible for elaborating and applying part of the questionnaires.

2.2. Results

2.2.1. Profile of visitors

Table 1 describes the general profile of ECUFMG's spontaneous audience.

	Visitors of the ECUFMG
Interviewed Audience	272
Age (average)	32
Sex	
Female	56%
Male	44%
Schooling	
Incomplete elementary school	0%
Complete elementary school	1%
Incomplete high school	3%
Complete high school	14%
Incomplete college education	29%
Complete college education	33%
Postgraduate	19%
Local of residence	
Belo Horizonte	63%
BH Metropolitan Region	15%
City in the countryside of Minas Gerais	8%
Other Brazilian State	14%

Race/Ethnicity	
White	51.1%
Black	9.6%
Brown	29%
yellow	2.6%
Indigenous	0%
Other	1.8%
Idk	5.9%
Number of visits to ECUFGM	
First time	63.2%
From 2 to 5 times	29.8%
From 6 to 10 times	2.2%
More than 10 times	1.1%
Frequently	3.7%
Means of transportation to ECUFGM	
Car	43.8%
Moto	0.4%
Bike	0%
Bus	32%
Metro	0%
Taxi/Uber	6.6%
Foot	17.3%
Estimated expenses on the visit to ECUFGM	
R\$ 0.00	15.1%
Up to R\$ 10.00	30.1%
Between R\$ 10.00 and R\$ 50.00	50%

Between R\$ 50.00 and R\$ 100.00	4.4%
Over R\$ 100.00	0.4%

Table 1 - Socioeconomic characteristics and visit conditions of ECUFGM's spontaneous audience.
Photo: Elaborated by the authors, based on data from the survey « Public Study of Espaço do Conhecimento UFMG », 2017.

The majority of the interviewed public (63.2%) were visiting for the first time, while only 3.7% reported visiting the space frequently. Most of the audience is between 18 and 35 years old, female, and considered white. ECUFGM receives mostly graduated students or students in higher education (33.5% and 29%, respectively). Further, a significant number of the audience has completed postgraduate studies (19%), representing a high result compared to the percentage of the Brazilian population with this level of education, which is around 1% (IBGE, 2010). These figures agree with the literature, which indicates a strong correlation between the level of consumption of artistic-cultural goods and the level of schooling in Brazil (DINIZ & MACHADO 2011).

Another point addressed in the questionnaire is how the visitors arrived at the museum and how much they spent on the visit, considering the indirect expenses of transportation and food, among others. 43.8% used the car to go to the museum, 32% went by bus, and 17% went on foot. These numbers may reflect the museum's proximity to the place of residence, study, or work of the visitors, as well as ease of access. Despite being a free space, only 15% say they have not spent any money on the visit, while 50% say they have spent between R\$ 10.00 and R\$ 50.00³.

Figure 2 shows the distribution of spontaneous visitors according to the region of residence in the city of Belo Horizonte. It should be noted that there are two regions with the highest concentration of visitors: Centro Sul - center South (17.6%) and Pampulha (10%). These are the places that concentrate the high-income population in Belo Horizonte. The second-largest share of visitors (15.1%) comes from other municipalities in the Metropolitan Region of Belo Horizonte (RMBH), while 22% come from the state's interior and other states and countries.

³ US\$ 3.21 and US\$ 16.06 respectively (US dollar values on April 5, 2017).

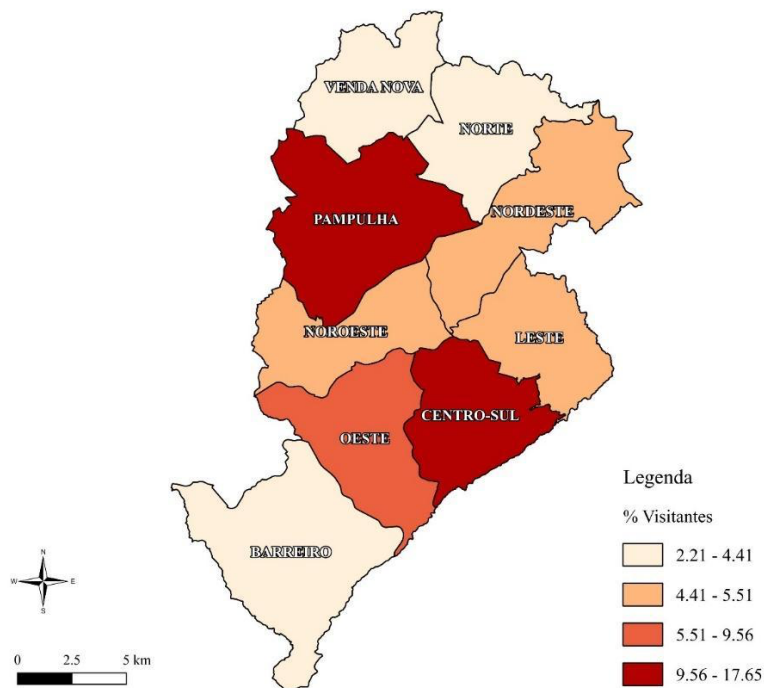


Figure 2 - Spontaneous ECUFMG's visitors according to their regional residence (BH). Photo: Elaborated by the authors, based on data from the survey « Public Study of Espaço do Conhecimento UFMG », 2017.

2.2.2 Additional perceptions from interviews and participant observation

Broadly, interviewed visitors highlight that interest in culture is the most important factor for the visit to take place, prevailing over the specific location. The interviewees, especially those who classified themselves as « simple », « peripheral », also reflect on the difficulties involved in access and appropriation, which includes but goes beyond the factor of distance, cost of transport, etc. They raise questions about belonging, strongly related to the act of consuming culture, since, as discussed earlier, the concept of belonging is inherent in the right to citizenship and linked with the struggle for acquisition and enjoyment of cultural goods and services.

Another relevant aspect is that respondents consider themselves as « cultural consumers ». When asked about the factors and variables that influenced it, they mention their school, any formal education, degrees earned, the role of parents, family, and friends, as well as the idea of addiction - the more you consume, the more you will consume. Some visitors claim that they came to the museum for their children, meaning they intend to form the habit in their children, while others were brought by their children who often got to know ECUFMG through their schools. In the latter case, it is also possible to have a habit formed contrary to what is found in the literature, in which children and young people influence family members to experience culture.

In this perspective, the ECUFMG team sees great distinctions between the spontaneous visitors and the scheduled audience. While the spontaneous audience has a relatively homogeneous profile, the scheduled audience, composed mostly of students from public schools, presents a very diverse profile, bringing new realities into the museum. Table 2 shows the data of the museum's scheduled audience in 2017. The data confirms a more heterogeneous profile of this audience compared to the spontaneous audience. Also, the regional representativeness of these school groups is significant (fig. 3).

	School/Students/Teacher
Number of visits	156
School profile	
Public	82%
Private	14%
Other groups	4%
Students' age distribution	
3 - 5 years old	20%
6 - 10 years old	29%
11 - 14 years old	31%
15 - 18 years old	15%
Above 18 years old	5%
Teachers' age distribution	
20 - 29 years old	10%
30 - 39 years old	39%
40 - 49 years old	34%
50 - 59 years old	15%
Above 60 years old	2%
School's localization	
Belo Horizonte	77%
BH Metropolitan Region	22%

Other City	1%
Period of visit	
Morning	59%
Afternoon	36%
Evening	5%
Classes with disabled students	33%
Classes with pre-visit activities at school	81%
Classes with post-visit activities at school	85%
Visit's evaluation	
Great	62%
Good	14%
Do not know	24%

Table 2 - Scheduled audience in ECUFMG. Photo: Elaborated by the authors, based on data from ECUFMG, 2017.

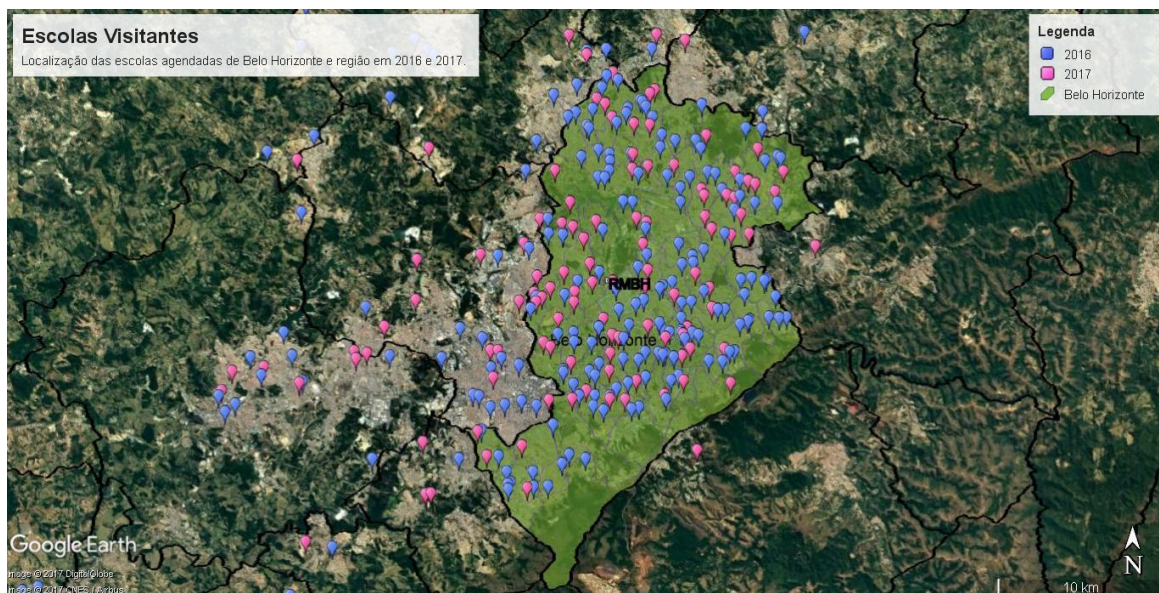


Figure 3 - Map of the regional representativity of schools that scheduled group visits in ECUFMG in 2016 and 2017. Photo: Elaborated by the authors, based on data from ECUFMG.

The realities of the museum's scheduled audience sometimes coincide with those from the team members, mostly extension scholarship university students. Interviewees report that when there are simultaneously public and private school visits, « two worlds intersect in the corridors of the museum ». These two « worlds » reflect two distinct socioeconomic

conditions: one, a mirror of the spontaneous visitors' profile, and another representing the first contact with this differentiated space. This second world enters a « bubble » that, perhaps, without the school, would never enter and is marked by several invisible barriers - distance, information, and belonging. This contact expands the territorial appropriation of these students, who sit on the lawn of Praça da Liberdade to eat their snacks and realize that these museums and the Federal University of Minas Gerais (UFMG) are free of charge. By expanding the students appropriation beyond the territorial, they take ownership of a future of possibilities which they were previously unaware. Mediators show their « places » by making these children, young people, and adults connected to the EJA (Young Adult Education) identify themselves in a place they have not had a chance to dream about before. The « place that is not for our people » is, after the school visits, seen as a space for all, reinforcing ECUFG's mission of promoting proximity. For those who frequent it, ECUFG is a place for dialogue, meeting diversity, ideas, and concepts while synthesizing a little of what the city is.

Final Considerations

This paper investigated the role of culture and its connections with the urban space, using Espaço do Conhecimento UFMG as a case study. Culture, likewise, the city's phenomenon, can be lived in different ways: in exchanges, in fruition, in consumption. Therefore, there is no culture or city - independent of appropriation - that does not reflect the socioeconomic conditions characteristic of that particular reality. In this sense, there is a movement, even if imperceptible in the act of experiencing the culture, whether consuming or enjoying it. At the same time, there is a social space that is circumscribed in the physical space.

Therefore, the initial hypotheses were corroborated in this study: both the invisible barrier created by the non-accumulation of human and cultural capital and the breakdown of the social structure through culture can be perceived in ECUFG. The difference is in the audience that configures this result: for spontaneous visitors, the barrier to access is given by the cultural consumer profile. For scheduled visitors, ECUFG is an instrument of potential social change. In this way, both Bourdieu's concept of distinction and Lefebvrian's ideas of social emancipation are retrieved. The profile of the scheduled visitors illustrates the social hierarchy when it comes to the consumption of culture. Visits by scheduled audience represents the appropriation of the territory on the part of those a priori excluded throughout the experience of the artistic-cultural manifestation encouraged, in this case, by education.

Bibliography

BOURDIEU Pierre, 1996: *Physical Space, Social Space and Habitus*, Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo.

BOURDIEU Pierre, 1984: *Distinction: A social critique of the judgment of the taste*, London, Routledge.

CALDEIRA Junia M., 1998: « Praça da Liberdade: trajetória de um território urbano », *IV Seminário de História da Cidade e do Urbanismo*, Campinas.

CANCLINI Nestor G., 2001: *Consumers and citizens: Globalization and multicultural conflicts*, Minnesota, University of Minnesota Press.

DINIZ Sibelle & MACHADO Ana Flávia, 2011: « Analysis of the consumption of artistic-cultural goods and services in Brazil », *Journal of Cultural Economics*, vol. 35, n° 1, p. 1-18.

GIL Antonio Carlos, 2008: *Métodos e técnicas de pesquisa social*, São Paulo, Atlas.

HAGUETTE Teresa M. F., 2001: *Metodologias qualitativas na Sociologia*, São Paulo, Vozes.

LEFÉBVRE Henri, 1991: *The production of space*, Oxford, Blackwell.

LEFÉBVRE Henri, 1996: *The Right to the City*, Oxford, Blackwell Publishing.

MONTE-MÓR Roberto L. M., 2005: « What is the urban in the contemporary world? », *Cadernos de Saúde Pública*, vol. 21, n° 3, p. 942-948.

RUBIM, Antonio A. C., 2010: *Políticas culturais para as cidades*, Salvador, EDUFBA.

Biographical notes

Alice Demattos Guimarães is bachelor in economics from Federal University of Minas Gerais (BR). Erasmus International master student in « Global markets and local creativities », consortium between University of Glasgow, University of Barcelona, and Erasmus University Rotterdam. Her research interests are cultural economics, urban popular economy and creativity management.

Sibelle Cornélio Diniz is assistant professor at faculty of Economics at Federal University of Minas Gerais (BR). Coordinator of educational actions, accessibility and public studies in Espaço do Conhecimento. Her research interests are social economics, cultural economics, urban popular economy and social and solidarity economy.

Bárbara Freitas Paglioto is master student in economics at Federal University of Minas Gerais (BR). She is undergraduate student in pedagogy and assistant of educational actions, accessibility and public studies in Espaço do Conhecimento. Her research interests are creative economy, science museums, accessibility and Publics of museums.

Lívia Mascarenhas de PAULA, Renata Zappelli MARZULLO & Luciane Correia SIMÕES

Come in: Science lives here! The experience of the Casa da Ciência with the popularization of science for different audiences

Abstract

The Casa da Ciência is a Cultural Center of Science and Technology of the Universidade Federal do Rio de Janeiro and develops projects in different language to popularize scientific knowledge. The activities reveal to the public the results, associated with daily life in environments that stimulate curiosity and imagination for discovery in a playful way. There are many possibilities of interacting with the public and promoting science through scenographic exhibitions with scientific, physical, or virtual experiments, that are paired to debates, courses, and seminars, or through the association between art and science. Plays, mime, music, art, workshops, and science shows can be used to achieve this goal. The actions are based on the assumption that science knowledge today has a strategic role in an individual's exercise of citizenship. In this way, the activities seek not only to communicate science but also to promote a space for dialogue between the university and the population so that people can learn more about the research produced at the university and appropriate the knowledge generated from these. The search for new languages in this process transforms the relationship of disinterest for science, coming from the specialized approach, into something interesting and pleasurable, promoting the imagination, reflection, and appropriation of scientific knowledge.

Keywords : popularization, social appropriation, science communication, museum, science centers.

Résumé

La Casa da Ciência est le centre culturel de science et de technologie de l'Université fédérale de Rio de Janeiro. Il développe des projets dans différentes langues à la recherche d'une diffusion scientifique. Les activités révèlent au public les résultats obtenus par la science, associés à la vie quotidienne, stimulant la curiosité et l'imagination pour une découverte ludique. Il existe beaucoup de possibilités d'interaction entre le public et la science au sein d'expositions scénographiques, avec des expériences scientifiques, physiques ou virtuelles, associées à des débats, des cours, ou grâce à l'association entre art et science. Des pièces de théâtre, de la musique, des ateliers, des spectacles scientifiques et même des scénarios pour des écoles de samba peuvent également être organisés dans ce cadre. Les actions reposent sur l'hypothèse selon laquelle les connaissances scientifiques jouent un rôle stratégique dans l'exercice de la citoyenneté. Ainsi, les activités ne se limitent pas à la communication scientifique, mais favorisent également le dialogue entre l'université et le public afin que le public soit plus informé sur la recherche universitaire et se l'approprie. La recherche de nouveaux langages dans ce processus diminue le désintérêt pour la science, résultant de l'approche spécialisée en faveur d'une expérience agréable, favorisant l'imagination, la réflexion et l'appropriation du savoir scientifique.

Mots-clés : popularisation, appropriation sociale, communication scientifique, musée, centres scientifiques.

1. Presentation

The Casa da Ciência - Cultural Center of Science and Technology of the Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) seeks to awaken curiosity through the relations between science, art, and culture. It uses different languages in a playful and interactive way to reflect on science concepts, providing their popularization. A lot of creativity guides the actions of this institution, determining its identity as a science museum within the contemporary perspective. We will talk about that next.

We understand cultural centers as « spaces that propose to produce and disseminate different forms of artistic expression, such as visual arts, performing arts, music, dance and cinema » (MUNICIPAL DEPARTMENT OF CULTURE, 2018). Thus, the creation of a space for the realization of events that associate science, technology, and art, while stimulating critical thinking about the influence of scientific discoveries on people's daily lives. The challenge is to promote an active participation of society in the dynamics of scientific transformations in order to establish a connection between the audience and science.

The concept of the museum which guides our work is given by the Brazilian Institute of Museums (IBRAM): « museums are houses that guard and present dreams, feelings, thoughts and intuitions that take shape through images, colors, sounds and shapes » (IBRAM 2010, p. 133). The actions developed at our « house » seek to give this tone by creating scenographic and multimedia spaces for the visitor to interact and experience sensations that are usually impossible with the collection. Touching, tasting, and smelling can provoke an immersion through interactive supports.

The museology recommended by the International Council of Museums (ICOM), within the National Museum Policy (PNM) understands science and culture centers as museum spaces in which the experience to be lived by the audience is more determinant than the existence of the collections:

« Currently can be considered museums institutions not only monuments, botanical gardens, and zoos, aquariums, galleries, scientific centers, planetariums, nature reserves, but also cultural centers, cultural practices capable of preserving intangible legacies and creative activities of the digital world » (IBRAM 2010, p. 133).

According to the PNM, museums are « at the service of society » and are essential for the improvement of democracy, social inclusion, and contributing to social development. According to ICOM, the museum:

« is a permanent, non-profit institution at the service of society and its development, open to the public, which acquires, preserves, studies, exposes and transmits the material and intangible patrimony of humanity and its environment, with the purpose of study, education and delight » (DESVALLÉES & MAIRESSE 2013, p. 64).

Thus, we approached a « science museum » as a place that exhibits collections, even if temporarily, available at the service of society. Moreover, it presents itself as a cultural center discussing the interactions between art and science in constant experimentation of the different areas of knowledge through immersive communication practices.

The intention is to transform the relationship of disinterest in science, derived from the content approach, into something attractive. Therefore, the experiences lived by the audience in the exhibition do not take place exclusively through contact with the exposed collection; they also take place through the sensations shared in each visit. For these reasons, the Casa da Ciência, as well as other science centers in our country, are part of the Brazilian Register of Museums of IBRAM in the category Science and Technology Museums.

Regarding space, the built area of the Casa da Ciência occupies around 700 square meters, and the exhibition hall has 200 square meters. The rest is an auditorium, a workshop space, and a small administrative area. Being a cultural center and having only one exhibition hall, the option for temporary and itinerant exhibitions enables to discuss countless aspects of science in different scenarios. It encourages the accumulation of experiences and development of expertise in a range of exhibitions, events, activities, and actions on the most varied themes and styles.

The Casa da Ciência offers, on average, two exhibitions per year, with about 5.000 visitors per month. Since 1995, 56 exhibitions on different themes have been held¹. The themes and contents are studied so that the approach is made innovatively in order to engage and thrill

¹ This number includes exhibitions held until August 2019.

the audience, besides stimulating a critical attitude towards the proposed scientific knowledge.

In addition to the exhibitions and their complementary activities, the program includes editorial production that covers several publications, other than presenting plays of theater, mime, music, artistic workshops, science shows, video production. Several forms of expression that associates art and science including even the construction of plots for samba schools, for example.

To interface the exhibition with the audience, we conducted the *Mediators Program*, aimed at undergraduate students of UFRJ from different areas of knowledge. At each exhibition, the mediators form multidisciplinary teams and are guided by academic coordinators, professors, and technicians specialized in the themes of the exhibitions, complementary activities, and extramural projects. The training program of these students strengthens the inseparability between teaching, research, and extension, which provides citizens a critical and more human academic education.

There are also a series of actions outside the physical space of our museum, what we call extramural activities. Among them, we can mention the research and development of plots for the GRES Unidos da Tijuca, in 2004 and 2005;² the coordination of integrated events in the city of Rio de Janeiro during the National Science and Technology Week, from 2004 to 2007; and also the coordination of the event in about 50 municipalities in the state, from 2009 to 2014; also acted in the articulation and coordination of the scientific tourism project Darwin's Paths, in twelve municipalities of Rio de Janeiro.

The touring of exhibitions is a practice in the Casa da Ciência and today very much driven by the Brazilian Association of Science Centers and Museums (ABCMC)³. The exchange of exhibitions (most museums have fixed and temporary exhibition spaces) plays an important

² In 2004, the plot developed with the carnival Paulo Barros was *The dream of creation and the creation of the dream. The art of science in the time of the impossible*, with this plot the GRES Unidos da Tijuca was second in the Special Group of the League of Samba Schools. See: <https://galeriadosamba.com.br/escolas-de-samba/unidos-da-tijuca/2004/> (accessed on October 11, 2021). In 2005, the plot was *Entered on the one hand, it came out the other. Whoever wants you to make another one!* It also came in second. See: <https://galeriadosamba.com.br/escolas-de-samba/unidos-da-tijuca/2005/> (accessed on October 11, 2021).

³ The Brazilian Association of Science Centers and Museums, founded on July 15, 1999, is a non-profit, philanthropic, assistance, promotional, recreational, and educational Civil Society, with the objective of representing Brazilian science centers and museums. Available on: <http://www.abcmc.org.br> (accessed on January 17, 2017).

role in museums and science centers, so designing projects with characteristics that facilitate and allow touring is necessary. Partnerships between public and private institutions and society strengthen bounds and the exchange of experiences to carry out projects in order to consolidate more and more the encounter between science, art, and culture.

To exemplify one of these partnerships, we present below the exhibition *Adventure inside the human body*, held between June 4 and August 4, 2019, and resulting from a partnership with the Museu da Vida / FIOCRUZ⁴.

2. *Adventure inside the human body* exhibition: communication and audience

The exhibition was developed especially for the audience from 4 to 10 years old. However, it meets all age groups. The exhibition's scenography has made it possible to cross a giant nose, know the systems that form our organism, assemble a 3D puzzle with full-size organs replicas, and interact with real organs, among other things. The real organs are part of the collection of the Institute of Biomedical Sciences of UFRJ.

The exhibition was mediated by undergraduate and graduate students of the UFRJ, who promoted the debate on the proposed themes, also presenting what knowledge the university produces on the subject. The exhibition was on display for only two months but reached more than 28.000 visitors from different regions of the State of Rio de Janeiro⁵.

2. 1. Visitation on display by the general audience

When we consider the number of visitors in such a short time, we point out that in the context of Rio, this is a very expressive data, assuming a scenario of non-visitation of museum spaces by the population. According to the research on the public perception of Science and Technology (2019, p. 15): « Most Brazilians do not visit or participate in activities in S&T spaces. [...] The least frequented were planetariums, art museums, science and technology museums, and national science and technology week. »

⁴ The Oswaldo Cruz Foundation (Fiocruz) is a scientific institution for the promotion of health and social development, generation, and dissemination of scientific and technological knowledge, located in Rio de Janeiro, Brazil.

⁵ 28.000 visitors are officially registered in the book of signatures. The number estimated by the team from the daily record data reaches 32.000.

In relation specifically to Rio, the research by Neiva and Meirelles (2018) sought to map the cultural habits of residents of twelve capitals in Brazil. The searchers pointed out that 63% of the population of the City of Rio did not visit any museum in the last twelve months on the date of the study.

Contrary to the above, the exhibition *Adventure inside the human body* received visitors from more than 80% of the neighborhoods of the City of Rio. As previously stated, this number is even more expressive when considering the size of the exhibition space available in the Casa da Ciência. In this space, the exhibition had a limit of 60 visitors per hour, which caused a long line outside. Even with a long service hour (Tuesday to Friday, from 9 am to 8 pm and Saturdays, Sundays, and holidays, from 10 am to 8 pm), many people gave up visitation due to long lines. On the first weekend, more than 3.000 people circulated in the Casa da Ciência and the average daily visitation over the period of the exhibition was 600 people per day. We emphasize that part of the exhibition occurred during the July school holidays, which considerably increased the number of families visiting throughout the week, in addition to the previously scheduled groups.

2. 2. Visitation by schools and groups

The audience was quite diverse; it was composed not only of families but also scheduled groups. The exhibition visit could be scheduled in advance (especially on days during the week); we provide about seven scheduled time slots per day throughout the week and about four on weekends and holidays. The demand for the exhibition was so high that in about three weeks, all available time slots were filled (for the two months of the exhibition), either by school groups or by organized groups (churches, scouts, NGOs, parent groups, etc.). We highlight the relevance of school visits to cultural place such as Museums, especially in our reality within a « scenario of non-appropriation of the museum spaces where the school is often one of the only possibilities of the most popular layers of society to have access to these spaces. » (PAULA 2017, p. 30).

In this context, Köptcke (2003, p. 124) affirms the importance of these visits and the partnership established between museum and school, in a perspective of democratization of access to culture and cultural spaces: « The educational partnership between formal education and the museum finds justification within a social and political project of democratization of culture and education. » Along the same lines, Costa corroborated by stating that:

« The collaborative work of museums with schools is fundamental, among other things, for the popularization and deepening of the work carried out by the museum, and consequently, for the expansion of the social reach of the museum, since the school is the institution with greater penetration into society and ability to promote systematization with continuity of educational action. (KÖPTCKE 2003, p. 124) »

Therefore, it is noted that the relationship that the Casa da Ciência establishes with schools is of fundamental importance. In this exhibition, we received about 3.198 scheduled visitors, of which 2.065 came from public schools and 1.133 from private groups.

2. 3. Reach on social networks

With the expansion of Internet access made possible by the use of smartphones, social media has become part of the daily life of the population, as a democratic space for exchanging information and a channel of communication between the public and institutions.

We understand these media as part of the audience's experience with Casa da Ciência. At the event created on Facebook to promote the exhibition, we reached 1.2 million accounts and gained about 54.000 followers. Of these online interactions, we highlighted 517 messages received with questions in Facebook Messenger. We organized them into six categories, as shown by the graphic below:

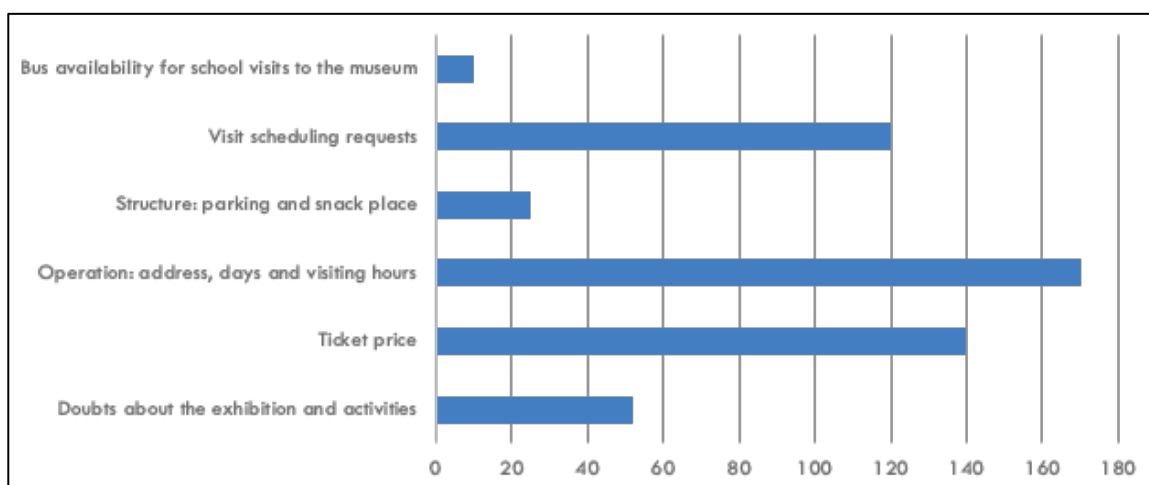


Table 1 - Questions received by Facebook messenger.

We observed that the most frequent questions were about the functioning of the institution, with 32% of the questions and 27% were about the ticket value. These results indicate how important the price of the ticket is in deciding whether or not to visit a museum space.

In a country whose social inequality is quite large, we find that having a free entrance and keeping the doors open guarantee access to a significant portion of the society that cannot afford to pay an entrance fee.

3. Final considerations

These results, therefore, reinforce the performance of the Casa da Ciência of UFRJ and its partnerships as a space that provides differentiated experiences of non-formal education and scientific dissemination. It is capable of contributing to the construction of public policies aimed at democratizing access to the benefits offered by science, art, and culture.

From the data presented, we consider that the exhibition *Aventura pelo Corpo Humano* had a positive impact with regard to the interest of schools in visiting our space. From future perspectives, we hope that the relationship with the schools that visited the exhibition can be solidified so that the visit to the Casa da Ciência can be recurrent.

This article is being written during a quarantine imposed by a virus⁶, which resurfaces the discussion about investments in science, technology, and health in our country and in the world. The scientific dissemination and all scientific apparatus in our country have been suffering budget cuts in the last five years. By demobilizing Brazilian science funding agencies and promoting the dismantling of public universities, we become increasingly dependent on the import of technologies developed in other countries and lose the ability to develop our own technological industry.

In addition, we highlight that despite our performance in communicating science via social media applications, digital exclusion still affects the Brazilian population. The pandemic has exposed this and other social inequalities that cannot be resolved by simply transforming the discussions made in person into virtual through the use of technology.

⁶ Coronavirus is a family of viruses that cause respiratory infections. The coronavirus agent was discovered on 12/31/19 after cases registered in China. It causes a disease called COVID-19. In March 2020, a pandemic was declared by the World Health Organization (WHO). Source: <https://coronavirus.saude.gov.br/> (accessed on March 25, 2020).

It is also our responsibility as science centers and museums, to discuss and disseminate the political aspects related to the appropriation of scientific knowledge; this is the scenario in which the dissemination of science reaches its noblest dimension. The use of science is part of our daily lives, so we need to offer to society, through our exhibitions, inputs to make decisions so that the population understands the impacts (positive and negative) that science has on daily life. In this context, we realize how fragile our performance is since it is difficult to discuss the negative impact of the development of science on people's lives.

Finally, we emphasize the importance of the reflection on the museums and science centers themselves by the public to whom it has served, as well as whether discussions about science, technology and society have been made. Especially when dealing with museums inserted in the university sphere, bringing to light the impacts that their exhibitions have in their surroundings is of fundamental importance in constructing spaces of dialogue between the university and society.

Bibliography

CHALMERS Alan, 1997: *What is science, anyway?*, São Paulo, Ed. Brasiliense.

COSTA A. F., 2013: « The importance of museum-school collaboration » in ANDRADE A. R. P. (org). *Guide of visitation to the National Museum: reflections, itineraries and accessibility*, Rio de Janeiro, UFRJ Publishing House, p. 7-10.

DESVALLÉES André & MAIRESSE François, 2013: *Key concepts of museology. Brazilian Committee of the International Council of Museums*, São Paulo, Pinacoteca do Estado de São Paulo.

LEIVA João, 2018: *Culture in the capitals: how 33 million Brazilians consume fun and art*, Rio de Janeiro, 17Street Produção Editorial.

KÖPTCKE Sepúlveda, 2003: « Partnership Museum and School as Social Experience and Space of Affirmation of the Subject » in GOUVÊA Glauber et al. (org) *Education and Museum - The Social Construction of the Educational Character of Science Museums*, Rio de Janeiro, Access, p. 107-128.

MOREIRA Ildeu de Castro, 2006: *Social inclusion and the popularization of science and technology in Brazil*, Brasília, Social inclusion.

PAULA Lúvia Mascarenhas de, 2017: *In addition to the button-up: the social function of participatory science museums*, Thesis (Ph.D. in Teaching in Biosciences and Health), Rio de Janeiro, Instituto Oswaldo Cruz.

IBRAM, 2010: *Política nacional museus. Relatório de Gestão 2003-2010*, p. 133. Available on: <http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2012/08/Relatorio-de-Gestao-2010.pdf>.

CGEE, 2019: *Percepção Pública da C&T no Brasil 2019*. Available on: <https://www.cgee.org.br/web/percepcao/home>.

MUNICIPAL DEPARTMENT OF CULTURE, 2018: *Centros Culturais*. Available on: <http://www.brasil.gov.br/cultura/2009/11/centros-culturais>.

SIMÕES, Luciane Correia, 2014: *Caminhos de Darwin no estado do Rio de Janeiro : um roteiro turístico sob a perspectiva da história da ciência*, Master thesis in História das Ciências e das Técnicas e Epistemologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Biographical notes

Luciane Correia Simões is PhD student at the Federal University of Rio de Janeiro (BR) in history of sciences and techniques and epistemology. She did a doctoral stay at the Museu de Ciência of the University of Coimbra. She holds a master's degree in history of sciences and techniques and epistemology. She is currently a cultural producer at the Casa da Ciência.

Renata Zappelli Marzullo has a degree in visual design communication from Federal University of Rio de Janeiro (BR) and master's degree in information and interaction design at the Escola Superior de Desenho Industrial of Federal University of Rio de Janeiro. She studied sustainability design, computer graphic, color and perception, anthropology of communication in the exchange program at the Politecnico di Milano, Italy. Currently, she is visual programmer at Casa da Ciência.

Lúvia Mascarenhas de Paula has a degree in technology and cultural production from Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (BR). She holds a master's and PhD degrees in teaching biosciences and health from Fundação Oswaldo Cruz. Currently, she is a cultural producer at the Casa da Ciência.

REGARD DES ÉTUDIANTS

Léa di FRANCESCO

Réflexion sur la médiation culturelle à partir des interventions du colloque des « Musées universitaires et leurs publics » : en quoi le Réseau des musées universitaires de l'Université libre de Bruxelles participe-t-il à construire du « lien vivant » par la médiation culturelle ?

Ce compte-rendu avancera l'idée de la possibilité de (re)créer du lien vivant avec le public au sein des musées universitaires, par l'intermédiaire de la médiation culturelle. Mais qu'est-ce que le lien vivant ? J'emploie ce terme pour parler de quelque chose qui relie, qui unit. C'est une rencontre entre le musée et le public, basée sur la création et la créativité de chacun. La médiation culturelle et le public lui-même jouent un rôle dans la création de ce lien vivant. Comme développé par Michèle Gellereau dans une réflexion sur la création du commun par les médiations culturelles et patrimoniales, le public joue un rôle actif avec les pratiques de médiation culturelle pour « construire le monde commun » (GELLEREAU 2016, p. 105 et 108). Renversons alors le rapprochement trop souvent fait entre public et « pôle récepteur », ce dernier étant alors défini uniquement par rapport à un « pôle émetteur » qui « fabrique, crée, diffuse une offre » (LE MAREC 2001, p. 1). A contrario, j'envisage de penser le public du côté de la création.

Entre participation et expérience, le lien vivant sera au cœur de ce compte-rendu en se basant sur ce qui a été exposé d'une part par Nathalie Nyst avec le Réseau des musées universitaires de l'Université libre de Bruxelles et d'autre part par Kevin Torch avec le musée de l'Université de Mons (MUMONS), lors du colloque « Les musées universitaires et leurs publics ». Les musées universitaires se trouvent dans une position spécifique par rapport à leur public et pour envisager ce lien vivant, seront abordés l'évolution de la place du public ainsi que du rôle de la médiation culturelle dans le milieu muséal. Les stratégies des publics du MUMONS, mais principalement les actions de valorisation des étudiants par le Réseau illustreront ce premier point. Le deuxième point sera consacré à la mise en place d'un collectif par la collaboration et la création de la part du public et plus particulièrement de la part des étudiants du Réseau. Enfin, le dernier point évoquera l'importance de la parole dans le milieu muséal et dans les actions des professionnels de la culture et de l'enseignement.

L'évolution et l'importance de la place du public et le rôle de la médiation culturelle

On ne peut parler de lien sans, au préalable, parler du public, qui sera au cœur de cette réflexion. Le public a été pendant longtemps une préoccupation qu'on pourrait qualifier de secondaire pour le monde artistique et culturel, l'attention était mise sur l'institution et sur les œuvres exposées. Ce public est, depuis les années 1980, « sollicité, convoité » pour reprendre les termes d'André Desvallées (2011). En effet, il explique que le public est placé au centre des préoccupations et qu'on va dès-lors s'interroger sur ce qu'il pense. Il ne sera plus perçu comme un visiteur passif, mais comme un acteur qui donne son opinion et qui est invité à faire partie d'une collaboration active (DESVALLÉES & MAIRESSE 2011, p. 169). Cela permet de considérer le public comme « un acteur essentiel du fonctionnement sémiotique, symbolique et social du musée » (BORDEAUX & CAILLET 2013, p. 17). Ces relations entre publics et musées - ces liens vivants - ont aujourd'hui le vent en poupe et le public est alors considéré « comme récepteur actif et la réception comme acte d'interprétation » (BORDEAUX & CAILLET 2013, p. 14). À tel point qu'Élisabeth Caillet développe l'importance accordée au public comme ayant une visée organisatrice du musée (CAILLET 1995, p. 17). Le colloque des « Musées universitaires et leurs publics » met l'accent sur ces relations évidentes et essentielles entre l'institution culturelle et les publics. Il n'est pas toujours facile d'entrer dans une université ou dans un musée. Ces relations sont donc sans cesse à réfléchir, à travailler et à prendre en considération.

La médiation culturelle est l'expression de cette préoccupation pour le public, il y a une volonté d'établir une collaboration active du public au sein des institutions culturelles. On retrouve cette dimension dans les propos de Nathalie Nyst sur le Réseau et sa volonté de former les étudiants de l'ULB à la pratique professionnelle future, avec l'exemple de la conception d'une exposition. Le lien vivant dans un musée peut être pensé grâce à la médiation culturelle qui « aide à la rencontre par l'expérience esthétique [...] à transformer le public en partenaire » (DUFRÊNE & GELLEREAU, 2003, p. 165). En le considérant comme partenaire, Bernadette Dufrêne et Michèle Gellereau (2003) mettent bien en évidence la dimension participative du public et la possibilité de créer une rencontre entre le public et le musée. Cette rencontre est essentielle et donc possible grâce à la médiation culturelle. En effet, cette dernière cherche à « privilégier une véritable implication des publics » (BORDEAUX & CAILLET 2013, p. 6). Cela est fortement présent dans l'intervention de Nathalie Nyst : dans la promotion des créations des étudiants, dans la confiance accordée à leurs diverses compétences, mais également dans la formation proposée par le Réseau à la pratique professionnelle permettant notamment de réaliser une exposition, de la conception au démontage. Tout cela permet une rencontre et transforme les étudiants en partenaires et en public également. La médiation au sein du Réseau conduit à cette « véritable implication » des étudiants et à la création du lien vivant. En effet, dans son

intervention, N. Nyst parle de liens entre les étudiants et les projets des musées universitaires du Réseau, des projets comme « L'affaire Mendeleïev » ou encore « Universeum Belgium ».

Une nuance est à établir quant aux stratégies des publics du MUMONS développé par Kevin Torch, étant donné que s'intéresser au public n'est pas forcément synonyme de création du lien vivant. Ces stratégies des publics apparaissent comme une médiation culturelle visant à rendre accessible la culture et les sciences ainsi qu'à permettre une communication entre l'UMONS et les citoyens ; il est question « d'offre ». Comme expliqué par M. Gellereau, « une tendance aux raisonnements de type marketing s'empare de la médiation », elle évoque l'apparition de « nouvelles stratégies de conquêtes des publics » (GELLEREAU 2016, p. 109). Cette offre du MUMONS donne le sentiment de ne pas être une méthode de médiation culturelle, car la relation qu'elle engendre - le lien - ne semble pas admettre la réception du public. Ces stratégies relèvent plutôt de l'ordre du marketing, ce dernier s'étant développé dans les institutions culturelles depuis les années 1980, autour de deux objectifs centraux (LE MAREC 2001, p. 5-6) : « la volonté de s'assurer de la satisfaction du public et la volonté d'infléchir l'action institutionnelle sur les bases d'une conception de la communication qui ne soit plus référée au modèle de réception ». Malgré la volonté d'aller à la rencontre du public et d'être visible en dehors de Mons en misant sur des activités délocalisées, il semble y avoir dans les propos de Kevin Torch une identification des besoins du visiteur pour lui proposer une offre adéquate, mais non un réel questionnement quant à la réception culturelle qui ne peut pas être considérée comme ayant besoin d'une « offre ciblée découpant la culture en produits prédestinés à telle ou telle clientèle » (GELLEREAU 2016, p. 109). En effet, « l'offre » que le MUMONS propose paraît préétablie et antérieure aux « besoins » réels du public. Or, comme l'expriment très bien Philippe Scieur et Damien Vanneste, à travers la typologie de médiations de Jean-François Six (1990), la médiation culturelle dite « créatrice » a pour but de « créer entre des personnes ou des groupes des liens nouveaux » (SCIEUR & VANNESTE 2015, p. 14).

La possibilité de création d'un collectif

Comme le montre la valorisation des compétences des étudiants par le Réseau, le lien vivant est donc possible par la dimension participative des actions de médiation culturelle. Il est intéressant, dès à présent, de se pencher sur les types d'actions de médiation culturelle pour aborder la dimension collective favorisée par ce lien vivant.

Ces actions sont déclinées différemment. Des actions collectives, telles que des performances artistiques et des flash mobs permettant de « réunir autour d'une proposition culturelle un public 'acteur' à part entière » (MAIRESSE 2016, p. 14), peuvent être envisagées.

Le Réseau propose donc de former un public « acteur ». Il est important de comprendre que cette considération du public est propice à la création du lien vivant. De la même manière avec l'exemple du projet collectif développé par M. Gellereau permettant aux « amateurs » d'avoir un rôle de médiateur, ce projet unit une diversité d'acteurs et, comme dans le Réseau, chaque savoir est valorisé. Il s'agit d'une réelle « co-construction » de connaissances où « chacun parle de son point de vue, sans concession, mais est prêt à partager ses savoirs avec les autres » (GELLEREAU 2016, p. 121). Le collectif autour duquel tout se construit permet du lien vivant et une collaboration active, dans le cas des musées universitaires avec leurs étudiants. En effet, le Réseau permet aux étudiants, aux « amateurs » pour reprendre le terme de M. Gellereau, d'avoir un rôle de médiateur et de créer un collectif à travers des activités de formation et de créations diverses : les visites de musées universitaires sur les campus, les réalisations de mémoire sur le Réseau, les visites guidées ou encore les micro et macro-projets didactiques.

Place à la parole et au débat

Dans cette dimension participative du public et dans l'idée de (re)créer du lien vivant dans les musées universitaires, il est intéressant de se pencher sur les notions de parole et de débat mises en lumière par la médiation culturelle. Comme l'expliquent P. Scieur et D. Vanneste, le médiateur culturel ne détient pas le savoir à transmettre, mais permet de partager autour des savoirs, et de les rendre accessibles via notamment la parole et le débat. Ils expliquent que la médiation permet de travailler sur le lien social en acceptant la pluralité des réponses possibles (SCIEUR & VANNESTE 2015, p. 16). Il y a, en effet, un partage de points de vue différents du public. C'est le cas dans la valorisation des compétences des étudiants par le Réseau, soulignée par N. Nyst. Ainsi, il n'y a pas un savoir à transmettre d'une unique façon. En laissant participer les étudiants, il y a donc création du lien vivant. Par ces aspects, peut s'établir un rapprochement aux écomusées où là aussi les populations sont invitées à s'exprimer, ne se limitant pas « aux seuls experts, mais dans lesquels (les débats) la voix des citoyens est requise » (BORDEAUX & CAILLET 2013, p. 5). Cette action accomplie par le Réseau est également à rapprocher une seconde fois au projet expliqué par M. Gellereau qui a permis une valorisation de la parole des amateurs et un travail de reconnaissance de la multiplicité des voix. Ainsi, les compétences et les savoirs de tous les amateurs de ce projet sont mis à l'honneur (GELLEREAU 2016, p. 112). De plus, la médiation sensible sous la plume de M. Gellereau ouvre « des possibilités de partager un monde commun et donc de refuser une séparation a priori entre institutions, médiateurs et publics » (GELLEREAU 2016, p. 123). Cette réflexion souligne l'importance d'éviter cette séparation et de favoriser le lien vivant. Finalement, la question posée par Pierre Gaudibert : « Le musée, temple ou forum ? » est, me semble-t-il, essentielle à se poser. « Le temple est un lieu de sacralisation silencieuse » alors que le forum est « l'espace dans lequel se

cristallisent les débats de société » (CAILLET 1995, p. 13). La réponse à la question posée serait peut-être que grâce au lien vivant, nous sommes dans un forum.

Pour conclure, à la lumière des interventions de ce colloque, nous comprenons l'importance du rôle du public au sein des musées, ce rôle a évolué d'un visiteur passif à un acteur central qui est de plus en plus invité à participer. La médiation culturelle travaille en permanence pour le public et tente de le comprendre, elle vise à laisser place au débat, à la parole et au partage. Elle tente également de créer un collectif. Le lien vivant est alors possible grâce aux actions de médiation culturelle et du rôle du public qui ne cesse d'évoluer, de surprendre et d'agir : « la médiation culturelle ne consisterait pas ici à réparer des fractures entre art/culture et publics [...] mais à construire du commun partagé » (GELLEREAU 2016, p. 124). Construire ce commun partagé, ce lien vivant, est l'une des clés pour tenir un discours d'aujourd'hui et de demain sur les musées, sur la médiation culturelle et sur les publics.

Bibliographie

BORDEAUX Marie-Christine & CAILLET Élisabeth Caillet, 2013 : « La médiation culturelle : Pratiques et enjeux théoriques », *Culture & Musées*, Hors-série, p.139-163.

BUFFET Françoise, 1995 : « Entre école et musée : le temps du partenariat culturel et éducatif ? », *Publics et Musées*, n° 7., p. 47-66.

DUFRENE Bernadette & GELLEREAU Michèle, 2003 : « Qui sont les médiateurs culturels ? Statuts, rôles et constructions d'images », *Médiation et information*, n° 19, Paris, L'Harmattan, p.163-175

CAILLET Élisabeth, 1995 : *À l'approche du Musée, la médiation culturelle*, Lyon, Presses universitaires de Lyon.

DESVALLÉES André (dir.) & MAIRESSE François (dir.), 2011 : *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*, Paris, Armand Colin.

GELLEREAU Michèle, « Médiations culturelles et patrimoniales : partager des expériences culturelles pour construire du commun ? », in SERVAIS Christine (dir.), *La médiation. Théorie et terrains*, Bruxelles, De Boek, Coll. « Ouvertures sociologiques », 2016, p. 103-127.

LE MAREC Joëlle, 2001 : « Le public : définitions et représentations », *Bulletin des bibliothèques de France, Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques (ENSSIB)*, n° 46 (2), p. 1-10.

MAIRESSE François, 2016 : *La médiation culturelle*, Que sais-je ? n° 4046, Paris, Presses Universitaires de France.

SCIEUR Philippe & VANNESTE Damien, 2015 : « La médiation artistique et culturelle : cadrage théorique et approche sociologique », *Repères*, n° 6, O.P.C., p. 1-32.

Milan THOMAS

Musée universitaire : acteur d'inclusion et de mobilité sociale ?

Il existe actuellement des musées universitaires contribuant à l'inclusion sociale : un processus - non pas muséal, mais sociétal - où l'un des objectifs premiers est de garantir à tous la pleine participation à la vie culturelle (BOUQUET 2015, p. 18). À titre d'exemple, les institutions respectives de Bruxelles, de Tartu, de Melbourne et de Cambridge partagent de diverses façons ce projet ambitieux. Elles souhaitent notamment remédier à un problème de diversité rencontrée au niveau de la fréquentation non scolaire. Les enquêtes qu'elles ont menées révèlent que les visiteurs restent principalement issus des sphères socioéconomiques dites « supérieures ». Les couches sociales et culturelles moins avantagées demeurent sous-représentées, voire absentes, formant ainsi un « non-public » signifiant. Ce constat eut pour conséquence d'engager ces établissements dans des prises de mesures multiples ayant pour objectif l'amélioration de leur accessibilité. Ils ont mis en œuvre des plans d'action visant l'élaboration d'un environnement inclusif.

La question de l'inclusion au sein des musées universitaires sera abordée en plusieurs points. En premier lieu, elle sera définie en la distinguant de l'intégration. Ensuite, il sera présenté quatre différents types d'inclusion, chacun visant à dissiper une cause spécifique altérant l'accessibilité (la muséographie, les raisons communautaires, le facteur géographique et la situation socioéconomique). La dernière partie portera sur l'inclusion sociale et les répercussions sur la mobilité sociale.

Intégration ou inclusion ?

Les termes d'intégration et d'inclusion sont habituellement utilisés au sein des milieux éducatifs et sociaux dans les descriptions de situation de handicap. Néanmoins, le vocable « inclusion » est devenu de plus en plus présent en politique, dans les médias et dans le monde associatif (*Idem*, p. 15), et tend à supplanter le terme « intégration » (LE CAPITAINE 2013, p. 125). Tous les deux sont toutefois employés pour désigner une situation identique, pourtant ils correspondent à deux réalités bien distinctes.

L'intégration est un processus dans lequel une personne s'insère un environnement (groupe, institution, communauté...) en adoptant les valeurs et les normes définies par la population de celui-ci. Un individu éprouvant des difficultés (économiques,

socioculturelles, psychologiques...) devra s'adapter à ce milieu et se conformer à ses règles dans l'objectif de faire partie de la norme, généralement par l'intervention d'aides spécialisées pour atténuer ou dissiper les désavantages et les différences (*Idem*, p. 125-126).

L'inclusion, quant à elle, repose sur un processus opposé puisque l'adaptation ne se produit plus du côté de la personne, mais naît de l'environnement lui-même. « *Là où l'intégration n'interrogeait pas la norme établie, l'inclusion fait varier la norme pour y inclure toutes les singularités.* » (*Idem*, p. 127). De ce fait, la norme - ou « *frontière d'inclusion* » (*Idem*, p. 126) - se voit modifiée de façon que tout le monde, peu importe les différences, soit englobé dans la normalité. Un environnement inclusif prône l'égalité et s'ajuste à toutes les catégories de personne en répondant favorablement à leurs besoins particuliers pour qu'elles ne soient en aucun cas exclues.

Le musée inclusif : une nouvelle approche de l'institution ?

Le processus d'inclusion s'effectue également au sein d'une institution muséale. Par exemple, celle-ci peut se renouveler en réinventant son espace de présentation et en réformant la manière de s'adresser aux différentes classes de public. Ce fut le cas de l'exposition permanente « *Earth. Life. Story.* » (Musée d'histoire naturelle de l'Université de Tartu, Estonie) qui fut entièrement élaborée à l'intention d'un public majoritairement non universitaire. En vue de connaître les ajustements à apporter pour s'adresser à celui-ci de la meilleure manière qui soit, les concepteurs cherchèrent à comprendre de quelle façon leur perception des publics pouvait influencer l'exposition dans son ensemble. Ils ont reconsidéré la muséographie et la scénographie puisqu'elles jouent un rôle majeur dans la réception et la pédagogie. Ils ont repensé les contenus présentés ainsi que les dispositifs pour l'adapter à ce public nullement habitué à fréquenter ce genre d'évènement. En améliorant l'accessibilité et l'interaction avec les visiteurs, ils ont instauré un environnement muséal inclusif.

Les « *Jardins Santé à Bruxelles pour la promotion de la santé et la prévention des maladies* » procurent un autre aperçu de l'inclusion. Initié par le Musée des plantes médicinales et de pharmacie de l'Université libre de Bruxelles, ce projet espère opérer une collaboration avec les diverses communautés de la capitale belge. L'institution aspire à mettre à disposition ses collections botaniques ayant pour finalité la récolte des connaissances et expériences détenues par les multiples cultures et ethnies autour de l'utilisation des plantes thérapeutiques. Pour acquérir de nouveaux visiteurs, potentiellement intéressés par cette démarche, l'établissement change la façon dont il percevait le « non-public » composé par l'ensemble des collectivités cosmopolites. Le personnel universitaire considère les membres de celles-ci sur un pied d'égalité - comme des « *chercheurs-citoyens* » - détenant

des savoirs dont eux-mêmes ne disposent pas. Il se crée ipso facto un environnement inclusif dans lequel les professionnels et amateurs débattent et enrichissent leurs connaissances, et par conséquent celles possédées par le musée. En partant de l'objectif de diffuser ses collections à de nouvelles personnes, étrangères à la fois par rapport à la nation et à l'institution, l'établissement bruxellois s'inscrit dans un projet bien plus global : les savoirs issus des collaborations seront mis à contribution de la recherche en vue de promouvoir la prévention des maladies et de faire progresser la médecine.

L'inclusion sociale soutenue par un musée ?

Les motivations du musée agissent grandement sur le type d'inclusion à laquelle elle participe. Un cas particulier se manifeste en Australie. En raison des distances les séparant des centres urbains, les enfants des communautés rurales ne disposent pas d'un accès favorable aux ressources éducatives et culturelles – un inconvénient majeur impactant profondément leur avenir. Le musée universitaire de Melbourne imagina une structure mobile destinée aux établissements scolaires. Elle consiste en des modules recelant des répliques d'objets issus des collections, accompagnées d'activités dédiées. L'étude démontre que les élèves détiennent une meilleure compréhension des items présentés avec le support de ce procédé que par la méthode classique d'enseignement. En outre, la stratégie adoptée, participant à une découverte néanmoins restreinte des collections, permet de notamment divulguer les recherches se développant au sein du monde académique.

En apportant son aide aux communautés exclues de facto par leur éloignement des ressources éducatives et culturelles de qualité, le musée contribue à l'inclusion sociale – l'exacte antinomie de l'exclusion sociale. Dans le « Rapport conjoint sur l'inclusion sociale » de 2004, la Commission européenne la définit comme suit : « *L'inclusion sociale est un processus qui garantit que les personnes en danger de pauvreté et d'exclusion sociale obtiennent les possibilités et les ressources nécessaires pour participer pleinement à la vie économique, sociale et culturelle, et qu'elles jouissent d'un niveau de vie et de bien-être considéré comme normal pour la société dans laquelle ils vivent. L'inclusion sociale leur garantit une meilleure participation aux processus de prise de décision qui affectent leur vie et un meilleur accès à leurs droits fondamentaux.* » (BOUQUET 2015, p. 18).

Actuellement, les instances internationales incitent les gouvernements à s'investir dans ce mouvement inclusif (GARDOU 2014, p. 20) : un processus visant l'égalité de tous en assurant l'accès aux ressources essentielles en particulier éducatives. Conformément aux décisions politiques et aux démarches de ses organes institutionnels, la société inclusive pourrait alors se concrétiser, même si cette transformation prendra du temps (*Ibidem.*). Une telle société

s'ajusterait aux besoins des citoyens et s'adapterait à leurs différences, quelles qu'elles soient. Pour que chaque personne puisse jouir de leurs droits fondamentaux, elle assurerait l'accès aux ressources nécessaires, accorderait le pouvoir de s'exprimer librement et de participer pleinement à la vie sociétale – ce qui, de nos jours, constitue encore une utopie. Toutefois, l'inclusion sociale n'émane pas exclusivement de la volonté des autorités publiques. Les institutions muséales, bien que leurs missions et leurs devoirs restent influencés par celles-ci, possèdent les possibilités et les moyens y afférant pour contribuer à une telle démarche, et accessoirement constituer les premiers piliers d'une future société inclusive.

La mobilité sociale réamorcée par un musée ?

Selon les États, les pouvoirs publics orientent peu ou prou les devoirs des institutions culturelles ; les politiques menées pouvant même favoriser les établissements à sortir de leurs missions premières. À titre d'exemple, depuis une vingtaine d'années au Royaume-Uni, « *pour prouver sa valeur, le musée anglo-saxon doit aujourd'hui répondre à une commande politique, d'insertion sociale, d'intégration des nouveaux arrivants, de développement économique, etc.* » (PAQUETTE 2015, p. 45). L'aspiration de l'administration britannique eut pour effet direct la création de multiples opérations obligeant les institutions muséales d'aller au-delà de leurs missions originelles. Ainsi, le consortium des dix-huit musées de l'Université de Cambridge tint pour ambition de se concrétiser en tant qu'ascenseur social. Il a élaboré deux programmes d'assistance à l'éducation des populations défavorisées ayant pour finalité une lutte contre la précarité. Le premier projet, les « *Creative Families* », est dédié aux enfants en âge préscolaire éprouvant de réelles difficultés d'apprentissage en comparaison avec la moyenne nationale (ce qui se traduit par une carence de vocabulaire). Au moyen d'un travail pédagogique s'opérant avec le soutien des collections, les musées participent au développement de leur langage. Le second intitulé « *Strategic School Partnerships* » repose sur une assistance aux écoles défavorisées dans lesquelles ils souhaitent détecter et aider les étudiants possédant les capacités pour accomplir un parcours académique, mais qui n'ont pas la possibilité de saisir cette opportunité en raison de leur situation.

Les deux programmes consistent en une entreprise d'envergure puisqu'ils visent, non seulement à promouvoir le niveau d'instruction de la région, mais également à relancer la mobilité sociale. Le sociologue russo-américain Pitirim Alexandrovitch Sorokin l'a définie comme « *le phénomène de déplacements d'individus dans l'espace social* » (GALLEZ & KAUFMANN 2009, p. 42). C'est-à-dire la circulation des citoyens entre les couches de la société; ou autrement dit, elle désigne les changements de position des individus au sein de la hiérarchie sociale. Le chercheur distingue deux types mobilités. La première, verticale,

correspond à une ascension ou rétrogradation de position d'une personne dans l'échelle sociale (*Ibidem.*). La seconde est horizontale lorsque l'évolution de la situation socioéconomique reste trop faible ou inexistante pour résulter à une modification de la position (*Ibidem.*). Dans ce cas-ci, il est préférable d'employer les termes d'immobilité sociale. Celle-ci concerne principalement les populations les plus défavorisées dans lesquelles les possibilités d'ascension restent plus restreintes par rapport aux autres couches sociales.

La situation socioéconomique d'un individu dépend fortement de celle de sa famille et de son niveau d'instruction qui est en corrélation. La mobilité intergénérationnelle, qui « *dénote la relation entre le statut socioéconomique des parents et celui que leurs enfants atteignent à l'âge adulte* » (OCDE 2010, p. 190), reste nulle. Ainsi, il se maintient dans la position sociale de ses ascendants, et ceci perdure plus souvent toute leur vie. Dans le cas précédent, les musées du Cambridgeshire, l'une des régions britanniques les plus défavorisées, tentent de réduire des inégalités et de relever le niveau d'instruction à travers des campagnes d'actions et de collaborations avec les établissements scolaires. Les institutions ont développé des programmes adaptés dans l'espoir de briser le plafond de verre pour aider les habitants, en priorité les enfants, à sortir de leurs positions actuelles. En somme, promouvoir la mobilité sociale consiste à rompre la chaîne entre les antécédents parentaux d'une personne et les possibilités de réaliser son plein potentiel dans la vie.

Conclusion

À l'origine d'un problème de fréquentation, des musées universitaires ont instauré des plans d'action avec pour priorité la diffusion de leurs contenus. Certains se sont penchés sur l'accessibilité en repensant la conception de leur exposition tandis que d'autres ont modifié la perception de leur public, deux méthodes participant à la création d'un environnement inclusif et accueillant. De surcroît, des institutions muséales ont également contribué à la société en assistant le système éducatif par le biais de leurs collections et d'activités conjointes. Maints établissements universitaires disposent des moyens, des ressources, des connaissances et du personnel nécessaire octroyant les possibilités d'intervention dans un processus d'inclusion sociale, mais également dans le phénomène de la mobilité sociale. Derrière ces projets, ces ambitions et ces motivations différents, les musées initialisèrent les prémices d'une éventuelle et future société inclusive.

Bibliographie

BOUQUET Brigitte, 2015 : « L'inclusion : approche socio-sémantique », *Vie sociale*, vol. 11, n° 3, octobre, p. 15-25.

GALLEZ Caroline & KAUFMANN Vincent, 2009 : « Aux racines de la mobilité en sciences sociales. : Contribution au cadre d'analyse socio-historique de la mobilité urbaine », in FLONNEAU Mathieu & GUIGUENO Vincent, *De l'histoire des transports à l'histoire de la mobilité ?*, Presses Universitaires de Rennes, p. 41-55.

GARDOU Charles, 2014 : « Quels fondements et enjeux du mouvement inclusif ? », *La nouvelle revue de l'adaptation et de la scolarisation*, n° 65, p. 11-20.

LE CAPITAINE Jean-Yves, 2013 : « L'inclusion n'est pas un plus d'intégration : l'exemple des jeunes sourds. », *Empan*, n° 89, mars, p. 125-131.

OCDE, 2010 : « Chapitre 5. Une affaire de famille : la mobilité sociale intergénérationnelle dans les pays de l'OCDE », *Réformes économiques*, vol. 6, n° 1, p. 187-207.

PAQUETTE Jonathan, 2015 : « Les musées, instruments des pouvoirs », *Nectart*, n° 1, p. 41-46.

Christophe VANDROMME

***Impliquer le public dans le processus de médiation : focus sur le concours
« STIC Jam » du Musée L***

Dans cet article, je propose un regard sur la conférence de la directrice du Musée L, Anne Querinjean. Je vais en particulier décortiquer l'initiative concernant le concours « STIC Jam », à la lumière du travail de spécialistes comme Bourdieu, Allard ou encore Shall et Villate.

Lors de sa conférence, Anne Querinjean a présenté l'initiative « STIC Jam ». Il s'agit d'un concours annuel proposé aux étudiants de master de l'UCL, tous cursus confondus, ayant pour objectif la création d'un dispositif original de découverte du Musée L, depuis la conception jusqu'à l'étape de prototypage, afin de les impliquer réellement en cas de succès. Ainsi les participants forment des groupes et se servent de l'infrastructure du musée comme terrain d'expérimentation et de réflexion, visant à trouver une approche permettant de faire découvrir les richesses du musée aux autres étudiants. Anne Querinjean a évoqué, à titre d'exemple parmi les projets ayant émergé du « STIC Jam », le projet « Art'ropriation », une application ludique permettant aux visiteurs de créer des « mèmes » sur base de photos des œuvres prises dans le musée. Ses utilisateurs, particulièrement les jeunes, redécouvriraient ainsi les œuvres du musée en les détournant de manière humoristique.

L'idée du concours « STIC Jam » vient de la nécessité, qui touche de plus en plus de musées, de bien définir leur public afin de l'inciter à venir dans le musée. En effet, Schall et Vilatte ont constaté que depuis ces dernières années, la fonction pédagogique des musées prend de plus en plus d'importance (SCHALL & VILATTE 2015, p. 182-183). Dans cette fonction, il est très important de savoir à qui on s'adresse afin d'adapter les supports de médiation. Initialement, les musées n'avaient qu'une fonction d'archive et d'exposition des œuvres. Le public des musées n'avait donc qu'une importance toute relative. Mais depuis le XIX^e siècle, ils ont développé une mission de transmission du savoir, qui prend peu à peu le pas sur la fonction de conservation.

Cependant, selon Bourdieu, cette fonction de transmission ne peut s'effectuer si les visiteurs ne possèdent pas certains codes relatifs à la lecture des œuvres (BOURDIEU & DARBEL 1969, p. 69). En effet, auparavant on pouvait considérer que le public des musées possédait ces codes, car il était composé majoritairement des classes aristocratiques et bourgeoises,

jouissant par définition d'un capital culturel « supérieur ». Selon moi, il n'en est cependant plus de même aujourd'hui, car la démocratisation des études universitaires par l'octroi de bourses et la baisse des minerval a rendu le public étudiant bien plus diversifié qu'il ne l'était auparavant. La maîtrise des codes de lecture des œuvres ne va donc plus de soi, ceci renforcé par la pluralité des cursus proposés, intégrant ou non l'acquisition de ces codes dans leur programme. Tout ceci couplé au fait que le Musée L soit un musée orienté vers l'archéologie et l'art, il y a donc fort à parier que le Musée L ne parlera pas à tout son public cible, à savoir les étudiants dans leur ensemble.

De fait, en tant que musée universitaire, le Musée L s'est fixé pour objectif de s'adresser aux étudiants en premier lieu, afin de les épauler au mieux dans la progression de leurs études. De plus, selon Anne Querinjean, les étudiants viennent au musée avec une démarche qui leur est propre et avec une subjectivité qui intéresse particulièrement le Musée L, c'est pourquoi elle souhaite faire d'eux ses ambassadeurs. Le Musée L a donc tout intérêt à soigner son image auprès de ces jeunes et même à les encourager à s'investir dans le musée. Toutefois, comme l'a mentionné Anne Querinjean, porter l'étiquette « musée universitaire » ne suffit pas pour attirer les étudiants. C'est pourquoi l'initiative « STIC Jam » fut lancée par le cursus de communication de l'UCL, afin de questionner les étudiants eux-mêmes sur les manières qui leur paraissent les plus adaptées pour aborder et s'approprier les ressources que le Musée L met à leur disposition.

C'est ainsi que le Musée L, dont le public cible est composé majoritairement de jeunes, s'est penché sur la problématique des tendances liées au phénomène générationnel. En effet, Anne Querinjean a bien souligné l'importance d'y prêter attention lorsque l'on s'adresse aux jeunes, car chaque génération posséderait des caractéristiques et des besoins qui lui sont propres. Dans ce monde constamment enclin au changement et qui est source d'inquiétude permanente pour les jeunes, il serait crucial répondre à leurs besoins afin de faire du Musée L un lieu où ils se sentiraient chez eux. Anne Querinjean a ainsi identifié deux générations constituant le public étudiant : d'un côté la génération Y, qui a assisté à la naissance d'internet et mènerait une quête perpétuelle de sens dans tout ce qui l'entoure, et de l'autre, la génération Z, née en plein dans le phénomène d'internet et des réseaux sociaux et qui chercherait à former du collectif en temps réel autour de ses activités et de ses opinions, pour combler un certain besoin de reconnaissance. Ainsi, selon ses observations, ces deux générations possèdent bel et bien des besoins spécifiques, que la génération précédente ne maîtrise pas forcément. Par conséquent, qui seraient mieux placés pour répondre à ces attentes que les étudiants eux-mêmes ?

De plus, donner l'opportunité aux étudiants de créer des outils de médiation en se « servant du musée comme terrain de jeu » permettrait de suivre un chemin similaire à celui de

l'évolution de production et de la consommation culturelle telle que l'a étudiée Laurence Allard. Elle souligne en effet que le développement de l'industrie créative, issue de la convergence de l'industrie culturelle traditionnelle, de la mode, du jeu vidéo et du développement d'internet, marque également le développement de la volonté du public de participer à cette nouvelle culture, grâce aux nouveaux moyens qui sont désormais à sa disposition (ALLARD 2010, p. 5). C'est ainsi que le principe du *user-turn* fut utilisé, c'est-à-dire proposer une offre de contenu personnalisable par le public. Van Hippel propose de reformuler ce phénomène avec la notion « d'innovation horizontale », qui désigne le développement de nouveaux moyens de production, de distribution et de consommation produit en collaboration avec des utilisateurs innovants, entraînant dès lors une certaine « réversibilité des rôles traditionnels auteurs/diffuseurs/programmeurs/spectateurs » (ALLARD 2010, p. 7). Mais où se situe le Musée L dans tout ça ? Et bien en impliquant son public dans son processus de médiation par le concours « STIC Jam », et dans son processus de diffusion puisqu'il veut faire des étudiants ses ambassadeurs, le Musée L s'inscrit dans une certaine mesure dans cette dynamique très actuelle qui touche le secteur de l'industrie créative. Il encourage de fait son public à jouer un rôle plus actif d'innovation dans son fonctionnement interne, innovation qui impliquera potentiellement l'utilisation des nouveaux médias et moyens de communication mis à disposition du public. C'est d'ailleurs le cas avec le projet « Art'propriation », puisqu'il implique la création d'une application pour téléphone portable et l'usage des réseaux sociaux pour diffuser massivement les mêmes créés à partir des œuvres du Musée L. En outre, ce projet s'inscrit lui-même très bien dans le phénomène de réversibilité des rôles puisque le consommateur de l'œuvre originale devient lui-même diffuseur de son propre contenu, qui peut ainsi être relayé de *viewer* en *viewer*, selon le principe du *peer-to-peer*. Cette propagation de proche en proche aboutit également à la formation d'un collectif éphémère autour du nouveau contenu pouvant s'accompagner d'un sentiment de gratification chez les diffuseurs. La dimension collective et les gratifications sont deux aspects très importants pour les membres de la génération Z, pour reprendre les termes d'Anne Querinjean. Il est d'ailleurs intéressant de constater la similitude entre la génération Z, telle que l'a définie Anne Querinjean, et la génération des « natifs digitaux » qu'étudie Laurence Allard. En effet, les individus désignés par cette dernière ont la particularité d'être très familiers avec les nouveaux moyens de communication et y trouvent un moyen d'expression de leur identité personnelle, au travers de créations ou de points de vue divers qu'ils postent sur internet afin de les partager avec le monde entier. Ainsi, le concours « STIC Jam » peut être vu comme une tentative d'intégrer les principes qui régissent le domaine de l'industrie culturelle actuellement, selon Laurence Allard, afin de ne pas se laisser dépasser comme cela a pu arriver à d'autres musées.

Par ailleurs, on peut considérer que cette approche tend à faire disparaître l'approche codifiée de l'art au profit d'une approche plus sujette à l'interprétation personnelle. Dès lors, la diversité des points de vue au sein même des groupes de travail du concours « STIC Jam » permettrait de s'interroger sur les moyens à mettre en œuvre pour que chacun puisse créer son propre sens sur base des œuvres présentes dans le musée. Comme souligné par Querinjean, la recherche de sens serait un aspect très important pour les membres de la génération Y, qui compose actuellement la majorité des étudiants concourant pour le « STIC Jam ». Par conséquent, interroger les étudiants sur les manières de dégager du sens dans les œuvres en les faisant s'interroger eux-mêmes répondrait déjà partiellement aux attentes de la génération Y. Autrement dit, le « STIC Jam » contiendrait en lui-même des éléments du but que le Musée L cherche à atteindre. Sur cet aspect, l'exemple du projet « Art'ropriation » présente un aboutissement tout à fait pertinent puisque les mêmes sont précisément un moyen permettant de produire du sens à partir d'une œuvre, indépendamment des codes qui lui sont relatifs. En effet, la création de mêmes repose sur le principe du détournement, qui consiste à déformer le possible sens initial de l'œuvre dans un but parodique. Ainsi n'importe qui peut se réapproprier une œuvre en lui donnant le sens qu'il souhaite, sans craindre d'être impertinent, bien au contraire.

En conclusion, il apparaît qu'il est devenu de plus en plus important pour les musées universitaires de tenir compte de leur public dans leur manière de concevoir les expositions, permanentes ou provisoires. C'est pourquoi Anne Querinjean et son équipe se sont demandés comment faire du Musée L un véritable lieu de référence pour leur public cible, les étudiants de l'Université Catholique de Louvain. Pour comprendre leurs besoins, ils ont mobilisé la théorie du phénomène générationnel. C'est ainsi qu'ils ont décidé de lancer le concours « STIC Jam », afin de pousser les étudiants participants à trouver eux-mêmes de nouvelles façons de découvrir et faire découvrir le Musée L. Nous avons vu grâce à Laurence Allard que le « STIC Jam » permettait au Musée L de suivre un chemin similaire à celui emprunté à l'industrie culturelle créative, lui permettant ainsi de rester dans les tendances actuelles touchant la production et la consommation culturelle. De plus, nous avons vu que l'aspect interdisciplinaire et multiculturel des équipes participant au projet pourrait permettre de passer outre certaines barrières à l'accessibilité du musée telles qu'elles ont été mises en évidence par Bourdieu. Cette interdisciplinarité permet aussi la recherche de solutions invitant chaque visiteur à donner un sens aux œuvres, à encourager la pluralité des significations possibles.

En parallèle à ces différents aspects de réflexion, nous avons pu constater que le projet « Art'ropriation » était un exemple très judicieusement choisi par Anne Querinjean puisqu'il représente un aboutissement concret remplissant les objectifs théoriques que le Musée L s'est fixés, à savoir combler les besoins des étudiants mis en évidence par le

phénomène générationnel et faire de ces derniers leurs ambassadeurs. À l'heure actuelle, le projet est sur le point d'aboutir, 30 étudiants sont en effet arrivés au bout du processus. Et si des résultats manquent encore pour déterminer l'efficacité concrète de ce vaste projet et que les hypothèses relatives au phénomène générationnel sur lesquelles repose cette initiative ne sont pas universellement reconnues, ce concours représentera à coup sûr une étape marquante dans la poursuite de l'accomplissement des objectifs du Musée L, dans sa fonction de musée universitaire.

Bibliographie

BOURDIEU Pierre & DARBEL Alain, 1969 : *L'amour de l'art*, Paris, Minuit, p. 69-95.

ALLARD Laurence, 2010 : « Britney Remix : singularité, expressivité, remixabilité à l'heure des industries créatives. Vers un troisième âge de la culture ? », *Poli*, n° 1, p. 1-61.

PASSERON Jean-Claude & PEDLER Emmanuel, 1999 : « Le temps donné au regard : enquête sur la réception de la peinture », *Protée*, vol. 2, n° 27, p. 108.

SCHALL Céline & VILATTE Jean-Christophe, 2015 : « L'influence des représentations du " grand public " sur la production d'une exposition d'archéologie », *Série Actes* n° 26, p. 181-194.

Colloque *LES MUSÉES UNIVERSITAIRES & LEURS PUBLICS* **organisé à l'Université de Liège du 5 au 7 novembre 2019**

Coordonnées

Embarcadère du Savoir
Université de Liège
Quai Édouard Van Beneden, 22
4020 Liège - Belgique
eds@uliege.be

Président

Melchior Wathelet

Équipe

Carole Champenois
Caroline Doneux
Manuelina Maria Duarte Cândido
André Gob
Pauline Santocono
Ludovic Baumsteiger

Comité scientifique du colloque

Hervé Caps, Noémie Drouguet, Manuelina Maria Duarte Cândido, Giacomo Giacobini, André Gob, Marie-Paule Jungblut, Marta Lourenço, Nathalie Nyst, Edouard Nzoyihera, Christine Servais, Sébastien Soubiran, Paul Voogt

Comité d'organisation du colloque

Thomas Beyer, Mélanie Cornelis, Carole Champenois, Noémie Drouguet, Manuelina Duarte, André Gob, Manon Tirtiaux, Martine Vanherck, Jean Winand



Publication des actes du colloque
LES CAHIERS DE MUSÉOLOGIE, hors-série n° 1

Direction

Manuelina Maria Duarte Cândido

Comité de lecture (français)

Caroline Doneux
Noémie Drouguet
André Gob
Alix Nyssen

Comité de lecture (anglais)

Samuel Ayòbámi Akínrúlí
Alix Nyssen
Ana Swartz Paredes

Mise en page et formatage

Alix Nyssen et Floriane Paquay

Couverture

Alix Nyssen sur base des visuels de Carole Spitz

Illustration de la couverture

Txema Muñoz

Coordonnées

Service de Muséologie
Université de Liège
Quai Roosevelt, 1B
4000 Liège - Belgique

Contact

cahiersdemuseologie@uliege.be

Éditrice en chef

Manuelina Maria Duarte Cândido

Secrétaire

Kim Cappart

Assistante d'édition

Alix Nyssen

les
cahiers
de

MUSÉOLOGIE

ISSN 2406-7202