

# LES VISITES SENSORIELLES, UNE AUTRE FAÇON D'APPRÉHENDER L'ART

L'art contemporain a toujours suscité malaise et incompréhension de la part du public, et a ainsi incité les institutions culturelles à renouveler leurs formes de médiation culturelle. Importée du Québec, une visite sensorielle a été expérimentée avec succès autour du pavillon canadien lors de la 56<sup>e</sup> Biennale de Venise.

LILIANE AUDET ET CHRISTELLE RENOUX



L'œuvre d'art considérée en tant que bien symbolique n'existe comme telle que pour celui qui détient les moyens de se l'approprier, c'est-à-dire de la déchiffrer<sup>1</sup>. » Ce constat établi par Pierre Bourdieu il y a un demi-siècle mérite toujours autant notre

attention. Des enquêtes récentes auprès des publics fréquentant les musées québécois ont souligné la persistance chez les adultes d'un malaise, voire d'une incompréhension face à l'art contemporain et actuel. « Insignifiant, ce n'est pas beau », « je ne pense pas assez connaître cet art pour le comprendre »... telles sont les réactions de certains visiteurs, pour qui ces œuvres semblent inaccessibles. Partant de ce constat, le musée d'art contemporain des Laurentides (MACL) et la salle Alfred-Pellan de la Maison des arts de Laval (MDA) ont entrepris de mener une réflexion<sup>2</sup> sur la médiation culturelle, le rôle du médiateur et la place du visiteur dans le contexte muséal, réflexion à l'issue de laquelle a émergé l'idée d'approfondir le sujet dans le cadre d'un événement international d'art contemporain, en l'occurrence la 56<sup>e</sup> Biennale de Venise (2015).

Ces deux institutions québécoises ont alors décidé de réaliser une étude comparative de leurs pratiques avec l'événement vénitien à partir des questionnements suivants : Y a-t-

il des approches et des outils de médiation à privilégier pour pouvoir répondre aux attentes des publics ? La visite sensorielle peut-elle réduire leur sentiment d'incompréhension face à l'art contemporain ? Par la suite, une approche expérimentale de la médiation a été proposée, à travers la visite sensorielle du pavillon canadien.

## UN PUBLIC CONSOmmATEUR D'ART

Dans le cadre de la Biennale, une grande partie des visiteurs adultes adopte l'attitude classique du consommateur d'art<sup>3</sup>, abordant un maximum d'œuvres et de pavillons. « La guide a choisi de nombreuses œuvres et nous a montré un panel diversifié des expositions des Giardini<sup>4</sup> » : le commentaire de cet étudiant est représentatif de cette volonté d'en voir le plus possible en un minimum de temps. Les visiteurs ont ainsi le sentiment d'optimiser leur temps de visite et de ressortir de la Biennale avec une vision globale satisfaisante. La majorité d'entre eux « magasine » les expositions, « consomme » la culture. À cela s'ajoute une faible mixité sociale, les groupes observés étant issus de milieux favorisés, ou tout du moins cultivés. Ce sont des publics sensibilisés à la culture et, pour la plupart, à l'art contemporain. Toutefois, quelques-uns ressentent encore une « frustration », une incompréhension face à certaines œuvres d'art contemporain et actuel, à tendance conceptuelle, comme celles de Fabio Mauri ou Adrian Piper.



Piper comme Mauri utilisent à la Biennale « de grands tableaux d'ardoise comme support. Sur le tableau de Mauri, une formule mathématique (l'équation du principe de l'erreur, élaborée par Robert Klein) trône face à une grande photographie de Goebbels accompagné de directeurs de musée lors de l'exposition sur l'Art dégénéré. Comment ne pas penser à l'affaire Gurlitt qui tourmente les autorités allemandes depuis un an ? Le message d'Enwezor à ce casse-tête judiciaire (et diplomatique) serait-il caché dans ce "Tout sera enlevé" recopié cent fois sur les tableaux didactiques d'Adrian Piper datés de 2010-2013<sup>5</sup> ? »

Les publics, qui ne font pas forcément le lien entre les œuvres, entre les diverses expositions et le thème de la Biennale, ou encore entre les œuvres et leur réalité contemporaine, se trouvent donc par mo-

ments déstabilisés. Il est possible par conséquent de se demander quelles sont leurs attentes, dans le contexte de cet événement d'ampleur internationale.

« À l'opposé du public idéal du musée imaginaire, les expositions universelles modifient l'échelle du mot, cherchent à concilier détente et culture et inventent l'art de la scénographie<sup>6</sup>. » Cette réflexion de Vincent Huguet et David Cascaro s'applique également à la Biennale de Venise : les publics adultes ne s'y rendent pas pour vivre une expérience unique

ou un moment de convivialité<sup>7</sup>, mais pour acquérir des connaissances tout en vivant un moment de plaisir. Ils souhaitent allier « détente et culture » à travers les lieux et les scénographies, « sentir tous les aspects du voyage tout en apprenant »<sup>8</sup>. En outre, visiter la Biennale de Venise leur confère le sen-



timent d'être acteur de l'internationalisation de la culture. Ces visiteurs sont des touristes cultivés et curieux qui se mettent en position d'apprentissage passif afin de recevoir des connaissances qui leur permettront par la suite de comprendre les artistes et leur univers, d'interpréter les œuvres présentées ici, étant donné qu'ils ne se sentent pas toujours compétents pour oser porter leur propre jugement critique. Raison pour laquelle ils désirent être accompagnés par des guides.

### LE GUIDE, TRANSMETTEUR CULTUREL

Il est intéressant de constater les effets d'une visite magistrale d'une heure et demie, avec une moyenne de 20 stations par visite, comme cela a été proposé lors de cette Biennale<sup>9</sup> par des guides formés au modèle traditionnel d'animation : peu d'interactions observées entre les visiteurs ou entre le médiateur et les visiteurs. La plupart des guides, étudiants en histoire de l'art ou en art, conçoivent de manière autonome leur propre scénario de visite, à partir d'une documentation assez complète sur les œuvres et les artistes et selon leurs intérêts ou leur champ d'expertise. Cependant, d'après les entretiens effectués avec ces derniers, ils ne sont pas outillés pour interagir avec le public. En ce sens, ils n'interrogent pas les groupes sur leurs attentes au début de la visite. Leur seul objectif est de donner une vision d'ensemble du

thème de la Biennale<sup>10</sup>, en passant en revue le plus grand nombre d'œuvres possible.

Dans le contexte de cet événement international, entre parcours accéléré et attentes spécifiques présumées des publics, les guides jouent le rôle de transmetteur, que Michel Forest décrivait il y a une dizaine d'années : « Sans doute l'une des plus anciennes formes d'intervention éducative, la visite guidée [...] implique la prise en charge de visiteurs par un guide qui les conduit à travers une exposition ou un site en leur fournissant tout au long du trajet une variété de renseignements portant sur la thématique en cause. Cette forme d'intervention permet de communiquer aux visiteurs une somme importante d'informations qui peut être adaptée selon l'intérêt des participants, grâce à la présence du guide. En outre, les visiteurs peuvent aussi profiter de la présence du guide pour poser des questions. La formule de la visite guidée offre également



l'avantage de bien contrôler la justesse de l'information communiquée. En termes d'inconvénients, ce type de visite confine les visiteurs dans un rôle passif et les oblige à suivre le guide et le rythme de visite de leur groupe<sup>11</sup>. » Un étudiant d'une des visites observées corrobore cette vision : « Il y avait beaucoup d'informations mais au moins elle [la guide] n'a pas voulu être exhaustive sur chaque œuvre. C'était déjà moins long et moins exhaustif que la visite que nous avons effectuée récemment dans un grand musée parisien. La guide, ici, a ciblé ses indications sur les œuvres. » Le guide est donc ici considéré comme le détenteur du savoir, d'un discours qui peut valoriser la connaissance savante et pointue. D'autres approches sont toutefois expérimentées dans le

but de réduire le sentiment d'incompréhension, d'incompétence exprimé par les visiteurs, et de concevoir la médiation culturelle, comme le souligne Jean Caune<sup>12</sup>, en mettant l'accent sur la relation plutôt que sur l'objet.

### LA VISITE SENSORIELLE, FORME ORIGINALE DE MÉDIATION CULTURELLE

En 2015, la Biennale de Venise a été le lieu d'une autre forme de médiation culturelle, importée du Québec, autour d'une seule visite du pavillon canadien par un groupe d'adultes franco-québécois connaisseurs, voire professionnels du milieu culturel. Une visite sensorielle a ainsi été élaborée à partir d'échanges avec le collectif d'artistes québécois BGL afin d'obtenir des détails sur la réalisation de l'œuvre de *Canadassimo*<sup>13</sup>, mais aussi en fonction des connaissances du groupe et de sa diversité culturelle. Le choix de ce type d'expérience sensorielle était lié à la perception de l'œuvre par les artistes eux-mêmes : « C'est par les sens que l'on fréquente l'art », soulignent-ils.

Certains visiteurs adultes de la Biennale de Venise ont donc pu expérimenter une scène peu courante sur un lieu d'exposition d'art contemporain : explorer les yeux bandés un dépanneur typiquement québécois installé dans le pavillon canadien. Étant donné que les professionnels de l'art constituant le groupe connaissaient déjà l'œuvre par quelques visuels, une autre manière de percevoir leur a été soumise : apprivoiser celle-ci à l'aveugle. Une fois à l'intérieur et après s'être assurées



### UN MÉDIATEUR « ENTREMETTEUR » POUR UN PUBLIC COMPÉTENT

Cette visite sensorielle avait pour but d'apporter une réponse différente et peut-être plus complète aux diverses attentes des publics adultes. Les musées québécois en ont tiré des enseignements sur le rôle du médiateur et le fait d'adapter chaque médiation à chaque public. Le médiateur est dans ce cas un déclencheur ou un entremetteur humain entre les objets, les visiteurs et le(s) contexte(s), mais également entre les visiteurs eux-mêmes. Il découle du travail de Marie-Thérèse Bournival et Monique Camirand, qui ont adapté en 1989 le modèle SOMA de Renald Legendre<sup>15</sup> au travail d'animateur dans un contexte d'exposition<sup>16</sup>, transposé par analogie à la médiation culturelle en milieu muséal par Maryse Paquin, professeure à l'université du Québec à Trois-Rivières (UQTR). Par rapport aux attentes constatées des publics adultes de la Biennale, l'objectif de faciliter la rencontre

de leur confort, les médiatrices ont suggéré aux visiteurs de prêter attention à des bruits particuliers, à des odeurs familières ou au contraire inhabituelles. « Bruit de pluie sur du métal, bruit de moteur d'appareil ménager, des grincements, une odeur de café<sup>14</sup>... » Ensuite, ils ont dû imaginer un lieu à partir de ces sensations : sa structure, sa taille, son organisation interne, les objets qui pouvaient s'y trouver... Certains ont décrit au groupe le lieu qu'ils imaginaient. Une fois la vue recouvrée, ils ont comparé leur vision avec la réalité, ce qui a engendré des discussions entre Français et Québécois...

La découverte d'un *maneki-neko* (statuette de chat porte-bonheur) a, par exemple, suscité beaucoup d'interrogations parmi les Français, et l'explication leur a été fournie par deux Québécoises : « Chez nous, les dépanneurs sont souvent tenus par des personnes d'origine asiatique, mais j'ai souvent vu cet objet à proximité de la caisse plutôt que sur l'étalage en face de l'entrée. En France, ce sont souvent des personnes d'origine maghrébine qui tiennent les épiceries d'urgence, non ? Ont-elles leur propre objet symbolique ? » L'échange a continué ainsi avec une grande partie du groupe, notamment sur la perception du réel, sur l'état de fiction construit à partir d'objets connus mais volontairement altérés par les artistes, le manque de marchandises dans les étagères du dépanneur reconstitué, etc.





entre l'œuvre et le visiteur en tenant compte du contexte et en s'adaptant à chacun des participants était en phase avec les objectifs propres à la médiation culturelle :

– « éveiller la curiosité, en stimulant l'intelligence, en faisant appel à l'émotion, en favorisant l'expression et les échanges entre les visiteurs<sup>17</sup> » ;

– créer un lieu de rencontre où « le plaisir, le savoir, l'esthétique et l'évasion » sont à l'honneur<sup>18</sup>.

Les visiteurs détiennent une partie des clés d'interprétation des œuvres, et donc une partie du discours narratif de la visite. S'ils ne connaissent pas tous les codes de l'art contemporain, ils n'arrivent pas non plus sans connaissances ni intérêts. Le but est de leur apporter un sentiment de compétence, et de faire en sorte qu'ils favorisent la référence aux pairs par rapport à celle du médiateur.

Composée de sept stations et d'une durée de 35 à 40 minutes, cette visite sensorielle a favorisé le partage de connaissances et de points de vue entre les participants, avec ou sans l'intervention du médiateur. Les médiatrices ont varié leurs outils, s'adaptant aux demandes des visiteurs : questions ouvertes, gestes indicatifs, anecdotes sur les artistes ou les expériences d'autres visiteurs, sons et objets à manipuler. Des entretiens ont par la suite été menés avec les participants, qui ont permis de conclure que, dans l'ensemble, la visite avait bien fonctionné, et ce pour tous les modes d'apprentissage (cognitif, sensitif et émotif). La plupart des visiteurs ont appré-



cié cette nouvelle expérience, tant du point de vue de leur ressenti que des échanges avec le groupe. Même si quelques-uns ont trouvé l'expérience « déroutante<sup>19</sup> », ils ont pu s'appropriier l'œuvre, sa trame narrative, les interprétations des artistes par rapport à leurs propres questionnements, comme le résume par exemple le témoignage de cette participante<sup>20</sup> : « J'ai apprécié l'expérience, le clin d'œil asiatique et les échanges que cela a engendrés entre nous, l'échange culturel avec les Français présents. » Une autre<sup>21</sup> confiait que, grâce à cette visite, elle avait pu mieux comprendre le travail du collectif BGL, mais également celui d'autres artistes de la Biennale, à partir de ses propres références.

La visite sensorielle effectuée au sein du pavillon canadien révèle qu'il est possible, en connaissant bien les publics cibles et par le biais de la médiation culturelle, d'utiliser davantage la valeur sensible et expérientielle d'une visite afin de diminuer le sentiment de

frustration ou d'incompréhension des publics face à certaines œuvres. Lors de cette visite sensorielle, la prise en compte des différents modes d'apprentissage (cognitif, sensitif et émotif) et l'utilisation des savoirs du groupe ont permis d'accroître son sentiment de compétence face à l'art contemporain et actuel. La pratique d'une expérience sortant de l'ordinaire, la reconnaissance de leurs savoirs et le développement de nouvelles sensibilités ont conféré un sentiment d'épanouissement à la majorité des participants<sup>22</sup>.

Peut-on pour autant généraliser ce type de médiation lors d'un événement d'une telle envergure ? Si l'on en juge par les attentes des publics dans ces manifestations d'ampleur, les visites dites magistrales peuvent être conservées. Toutefois, il serait nécessaire de bonifier l'offre de médiation culturelle en proposant une autre alternative, notamment des visites exploratoires développant le sentiment de compétence des participants et favorisant les interactions ainsi que l'enrichissement mutuel. Comme le disent Vincent Huguet et David Cascaro, « s'il n'existe pas de mauvaise manière de venir à l'art, il faut s'assurer que la rencontre s'effectue dans les meilleures conditions ».

1. Pierre Bourdieu et Alain Darbel, *L'Amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*, Paris, Minuit, 1966, p. 71.

2. Notamment dans le cadre du groupe d'intérêt spécialisé dans l'éducation et l'action culturelle de la Société des musées du Québec.

3. L'observation des visites guidées et les entretiens individuels ont été effectués sur un échantillon de quatre visites pour adultes et adolescents, en privilégiant l'approche qualitative. La Biennale de Venise est un événement de tourisme culturel majeur au niveau international. L'année 2015 a été marquée par un record de 500 875 visiteurs, soit 2 899 entrées par jour en moyenne.

4. Un étudiant ayant suivi la visite observée du 14 octobre 2015.

5. Raja El-Fani, <https://inferno-magazine.com/2015/05/13/biennale-de-venise-de-fabio-mauri-a-adrian-piper/>

6. Vincent Huguet et David Cascaro, « Entre utopie et marketing, les nouveaux publics », *Arts & sociétés*, 16 sept. 2005, <http://www.artsetsocietes.org/f/f-huguet.html>

7. Observatoire québécois du loisir, *La Médiation culturelle : stratégies favorisant la fréquentation des institutions culturelles*, vol. 9, n° 11, 2012.

8. Un visiteur français lors de la visite sensorielle du 15 octobre.

9. Les médiatrices du MACL et de la MDA ont adapté à une médiation humaine de groupe les recommandations d'évaluation de Taylor concernant les visiteurs libres face à des modules. Elles ont ainsi pris en compte et notifié les types de comportements observés, les interactions des visiteurs entre eux et avec le médiateur, le temps écoulé devant une ou plusieurs œuvres, les déplacements.

10. Le thème de l'édition de 2015 était : « All the world's futures » – « Tous les futurs du monde ».

11. Michel Forest, *Éducation et action culturelle. Politique et activités (guide pratique)*, Québec, Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2008, p. 44.

12. Conférence donnée en 2014 dans le cadre du cours d'interprétation et de médiation culturelle de l'UQTR.

13. Le projet *Canadassimo* comporte trois espaces, que le trio nomme respectivement : le dépanneur (petite épicerie québécoise de proximité), le loft et l'atelier. La visite se termine avec la rallonge du pavillon, installation participative extérieure où les publics sont invités à insérer des pièces de monnaie pour les voir dégringoler dans les parois vitrées de l'espace loft du pavillon.

14. Réactions des participants lors de la visite sensorielle du 15 octobre.

15. Ce modèle s'inspire de la pédagogie pour définir le travail d'animateur dans un contexte d'exposition et favoriser l'appropriation des œuvres en tenant compte des interrelations entre le sujet (S) – le visiteur –, l'objet (O) – l'exposition –, le milieu (M) – ici, le lieu ou le contexte d'exposition – et l'agent (A) – ici, le médiateur. Avec ce modèle, les visiteurs ont un rôle égal à celui du médiateur dans la construction des interprétations de l'exposition.

16. Marie-Thérèse Bournival et Monique Camirand, *Animer dans un contexte d'exposition. Guide de formation*, Montréal, Paroles en jeu, 1989.

17. Daniel Jacobi, Anik Meunier et Sylvie Romano, « La médiation culturelle dans les musées : une forme de régulation sociale », *Recherches en communication*, n° 13, 2000, p. 37-60.

18. Raymond Montpetit lors de la conférence du congrès de la SMQ en 2015.

19. Un des visiteurs français, s'exprimant sur le fait d'avoir les yeux bandés au départ.

20. Louise Bérubé, artiste québécoise.

21. Christiane Lefebvre, spécialiste en architecture et bénévolo du musée d'art contemporain des Laurentides.

22. André Desvallées et François Mairesse (dir.), *Concepts clés de muséologie*, Paris, Armand Colin, 2009, p. 32-33.