



3èmes RENCONTRES NATIONALES CULTURE & INNOVATIONS

Regard d'expert 2 : Conxa Rodà,

Responsable de la stratégie et de l'innovation , MNAC "C Museu Nacional d'Art de Catalunya, Barcelone

Conxa Rodà a d'abord mentionné que son intervention se déroulerait en deux parties : théories sur la technologie, puis les exemples pratiques dans le cas du MNAC.

Technologie et rapport à l'œuvre :

Elle pose la question essentielle : « *A quoi sert la technologie?* ».

Et en donne une réponse : « *A faire une visite plus riche, plus amusante, plus formatrice, plus innovante et plus partagée.* »

La technologie permet en effet d'attirer de nouveaux publics. Mais il faut faire attention à l'intégration de la technologie.

Elle cite en exemple le Musée de Brooklyn à New York :

« Il y a une bonne intégration de la technologie. Les médias ici sont pleinement intégrés aux parcours de visite, on peut même laisser son opinion sur les vidéos. Autre exemple de bonne intégration: avec l'iPad, il n'y a pas d'interférence avec l'œuvre, mais une bonne information sur l'œuvre et son contexte avec la proposition de « liens » avec la biographie des artistes ».

Mais parfois, il peut y avoir une mauvaise intégration visuelle et esthétique, comme avec le Musée des Arts Contemporains de Castille-Leon (MUSAC) où il y a une mauvaise utilisation de la technologie, essentiellement parce que les visiteurs ont interdiction de toucher, et le musée est obligé de surveiller les visiteurs.

Conxa Rodà souligne : « *Quand il y a modification constante du comportement des visiteurs dans un musée par des interventions, c'est un signe qu'on se trompe* ».

Réseaux sociaux et musées :

Les réseaux sociaux pour les musées sont une opportunité d'innovation, d'interaction, de conversation et de communication.

« Ce sont des contenus produits et partagés par tous. On entre dans une logique relationnelle. Les musées sur 2.0 permettent de favoriser le débat, la participation et de créer une communauté afin de diffuser des connaissances et d'attirer de nouveaux publics. »

Conxa Rodà dégage de ce jugement une analyse qualitative et quantitative.

Twitter :

C'est un outil qui permet de communiquer, co-crée, collaborer, partager, participer et interagir, (valeurs communes aux Réseaux Sociaux), mais qui présente également les spécificités d'une conversation et d'un engagement en temps réel misant sur l'immédiat, la brièveté, la source d'informations et de connaissances ainsi que la diversité concentrée.

« Les utilisateurs passent de plus en plus de temps sur les mobiles. C'est donc mieux pour les musées de créer des contenus là où les visiteurs passent du temps ».

Open Data Sharing

L'Open Data Sharing est un contenu visible au visiteur pour que le patrimoine soit plus accessible.

Les données publiques peuvent être statistiques, géographiques, sur les collections, etc.

Les avantages sont:

- la mission publique,
- la visibilité des contenus,
- l'acquisition de nouveaux publics
- l'enrichissement des données,
- l'innovation,
- la constitution progressive d'un agenda numérique européen.

« Plus on partage le savoir, plus il s'enrichit et se multiplie. Mais il reste encore de nombreuses difficultés comme la technique, la perte de contrôle, d'attribution et la résistance à ouvrir les données. »

Les Musées et Wikipedia ont un objectif commun: celui de mettre le maximum de connaissances à disposition du maximum de public avec le maximum de qualité.

Aujourd'hui Wikipedia est souvent le premier résultat en référencement sur Google. (cf. les informations sur la Pierre de Rosette : il y a 4 fois plus d'information sur Wikipedia que sur le site du British Museum)

Dans le même contexte de données publiques, en 2012, Google Earth entame une deuxième phase, le Google Art Project : 30 000 images, avec possibilité de commenter et de diffuser.

Le MNAC et les nouvelles technologies :

Le MNAC a reçu le prix 2010 Best of The Web pour sa présence sur les réseaux sociaux.

. Le musée a fourni un travail de traduction d'articles, de dispositifs de QR Codes pour l'exposition Miro (plus d'un million d'articles visités sur Wikipédia), et une possibilité de consultation d'informations sur des œuvres.

. Il a développé une application gratuite pour le parcours de l'exposition, avec même la possibilité d'accéder aux images historiques de la cité.

Le musée a réellement mis en avant l'utilisateur.

Conxa Rodà précise même qu'il a donné la possibilité à chaque visiteur de partager son itinéraire personnel de l'exposition.

« L'idée est de rénover le web. Puis, une fois mis en marche, la diffusion devient plus facile. Travailler avec les réseaux sociaux est difficile. Il faut de la diplomatie. Il s'agit d'avancer et d'améliorer la participation du musée pour qu'il y ait un dialogue. », souligne Conxa Rodà.

Questions du public

Elle répond aux questions de la salle sur les surprises données par l'utilisation des nouvelles technologies par le MNAC :

« Il peut y avoir une bonne ou une mauvaise surprise. Mes bons souvenirs sont ceux d'un public réceptif. Quand on commence à bien faire les choses, le public est conquis. En Espagne en 2009, les réseaux sociaux n'étaient pas courants. J'ai connu un échec. C'était lors d'une initiative sur Facebook : on avait demandé aux utilisateurs d'envoyer une vidéo avec une musique que leur inspirait une œuvre de Picasso. Cela n'a généré aucun enthousiasme. »

L'important, pour Conxa Rodà, c'est que « la stratégie du numérique doit être intégrale ».

D'après les notes de Cécile Jourdain et d'Audrey Lapeyre, étudiantes à l'EAC