

RAPPORT FINAL ÉTATS GÉNÉRAUX DES ARTS MÉDIATIQUES



17 - 18 - 19 - 20 AVRIL 2008

BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES NATIONALES DU QUÉBEC

ET

LA CINÉMATHÈQUE QUÉBÉCOISE

Le Conseil québécois des arts médiatiques remercie toutes les personnes, toutes les institutions et tous les partenaires qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation des premiers États généraux des arts médiatiques. Par leur collaboration, ils ont démontré leur compréhension de l'importance pour une discipline aussi diverse que les arts médiatiques de se consacrer à l'examen de ses besoins, de son environnement et de sa situation afin de rencontrer les défis et les enjeux sur son parcours avec intelligence, solidarité et perspicacité.

AVANT-PROPOS MÉTHODOLOGIQUE	5
INTRODUCTION	7
JOUR I :: LA CRÉATION :: UNE DÉMARCHE EN CONTINU	13
1.1. Transversalité	13
1.2. Concilier l'art et l'industrie	15
1.3. Faire sa place et prendre sa place	16
1.4. Accompagner l'artiste	21
1.5. Le périmètre du documentaire contemporain	23
1.6. Briser le dogme du projet	25
JOUR II :: LA DISSÉMINATION :: CHOISIR SON ÉCRAN ET SES OUTILS	27
2.1. S'approprier ses outils	27
2.2. Reconnaître les compétences	30
2.3. Arrimer les plateformes émergents	33
2.4. Cadre et environnement organisationnels	36
2.5. Événements et manifestations	39
2.6. Distribution d'œuvres indépendantes	42
JOUR III :: LE RAYONNEMENT :: SE FAIRE CONNAÎTRE ET RECONNAÎTRE	46
3.1. S'inscrire dans l'imaginaire du public	46
3.4. Images et lieux	48
3.5. Investir l'international	50
3.6. Connectivité, maillage et échanges	52
CONCLUSION	55
PISTES	57
Piste 1	58
Piste 2	59
Piste 3	61
Piste 4	63
Piste 5	65
Piste 6	67
Piste 7	69
Piste 8	71
Piste 9	73
ANNEXES	75

L'OUVERTURE OFFICIELLE À LA CINÉMATHÈQUE QUÉBÉCOISE



Yvan Gauthier, président directeur général, Conseil des arts et des lettres du Québec



De gauche à droite: Youssef El-Jai, chef de section des Arts médiatiques, Conseil des Arts du Canada, Yolande Racine, directrice générale, Cinéma québécoise, Bill Vorn, président intérimaire CQAM, Barbara Ulrich, directrice générale CQAM, Yvan Gauthier, président directeur général, Conseil des arts et des lettres du Québec.



Photos: Christopher Hémain

AVANT-PROPOS MÉTHODOLOGIQUE



L'objectif de ce document est de rendre compte des échanges soulevés et des pistes dégagées par les participants du milieu lors des premiers États généraux des arts médiatiques, organisés par le Conseil québécois des arts médiatiques (CQAM) du 18 au 20 avril 2008. Les commentaires sur les enjeux, les énoncés et les recommandations transmis dans ce rapport illustrent les propos des 95 participants aux ateliers. Afin de refléter la fidélité des échanges, ce rapport a été réalisé en se référant aux documents de référence en ligne, aux enregistrements sonores des ateliers, aux notes des animateurs et aux captations vidéo des plénières.

Pour assurer une meilleure compréhension, la structure du rapport est déclinée en quatre sections, dont trois reflètent le programme des États généraux des arts médiatiques. La quatrième section est consacrée à l'ensemble des pistes répertoriées. Les discussions qui ont eu lieu dans les ateliers quotidiens ont été synthétisées pour retenir celles qui présentaient un consensus ou qui étaient liées à la spécificité d'une pratique, d'une communauté ou d'une identité culturelle. Certains commentaires n'ont pas été retenus, soit parce qu'ils contenaient des imprécisions au sujet des structures du milieu ou des programmes de soutien en vigueur, soit parce qu'ils réitéraient des points traités dans d'autres ateliers.

Il est à noter que plusieurs questionnements énoncés dans les sommaires thématiques de chaque atelier n'ont pas fait l'objet de discussions et, par conséquent, ne trouveront pas d'écho dans ce rapport.

Des annexes à la fin du rapport communiquent des renseignements sur l'organisation des États généraux des arts médiatiques, permettant ainsi aux lecteurs de saisir l'envergure du travail accompli et la contribution du milieu, sans lequel le CQAM n'aurait pu réaliser cet événement.

AVANT-PROPOS MÉTHODOLOGIQUE [SUITE]

À titre de coordonnateur des États généraux des arts médiatiques, ma préoccupation majeure était celle d'assurer que ce premier rassemblement offre l'occasion à tous les intervenants de toutes les pratiques et sous-pratiques de la discipline - artistes créateurs, travailleurs culturels, gestionnaires - de trouver un forum de discussion et d'échange sur les enjeux auxquels ils sont confrontés.

Finalement, ce rapport, réalisé pour le Conseil d'administration du CQAM et pour la communauté des arts médiatiques québécois, saura, je l'espère, indiquer des pistes de consolidation et de développement de cette discipline qui ne cesse de se transformer.

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'R' followed by a long horizontal stroke.

Robin Dupuis, coordonnateur États généraux des arts médiatiques

INTRODUCTION

L'AMORCE

Par convention, lorsque l'on utilise le terme « arts médiatiques » au Canada et au Québec, cette terminologie désigne une discipline artistique regroupant quatre grandes pratiques distinctes : le cinéma d'auteur d'art et d'essai, la vidéo d'art et d'essai, les nouveaux médias et l'art audio.

Au Québec, la création audiovisuelle artistique et indépendante voit le jour dans les années 1970, au sein de centres d'artistes autogérés. Ceux-ci avaient été fondés par des créateurs soucieux avant tout de s'assurer un accès abordable aux outils de création, à un réseau de diffusion et à des lieux d'échange dynamiques, en contournant les modèles industriels de production cinématographique et vidéographique dont ils étaient exclus.

En 1984, le Conseil des Arts du Canada (CAC) regroupe pour la première fois trois des quatre pratiques (cinéma d'auteur d'art et d'essai, vidéo d'art et d'essai et nouveaux médias) sous l'appellation « arts médiatiques ». Il désignait ainsi les programmes de soutien dédiés à ces pratiques audiovisuelles. Initialement, la mise en œuvre des programmes d'aide aux artistes et aux organismes en arts médiatiques des conseils visait à soutenir la démarche artistique et expérimentale de la discipline. Le but était d'appuyer des organismes du secteur ou des centres d'artistes afin que ceux-ci, à leur tour, contribuent à la préservation et au développement des lieux de création et de diffusion des œuvres, une fois celles-ci achevées.

Dix ans plus tard, en 1994, le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) ouvre une section similaire. Le principe d'un tel regroupement de pratiques sous la dénomination « arts médiatiques » ne fut jamais remis en cause. Au cours des années 1990, des créateurs s'investissent de façon massive dans l'exploration des outils informatiques et des réseaux de transmission. Ainsi naît une nouvelle pratique artistique : les nouveaux médias. Les conseils des arts la reconnaissent en créant de nouveaux partenariats et programmes de soutien destinés aux arts médiatiques et répondant aux nombreuses demandes reflétant cette hybridation des formes, des genres et des supports.

Cependant, le cinéma d'auteur indépendant, sous forme de longs ou de courts métrages destinés aux salles, connaît depuis toujours des contraintes. En 1995, la SODEC ouvre un volet d'aide dédié aux longs métrages de fiction indépendants et offre, quelques années plus tard, des programmes d'assistance aux jeunes créateurs.



Pour sa part, Téléfilm Canada ouvre en 2001 un programme destiné à soutenir le long métrage indépendant de fiction à petit budget. Malgré ces efforts de reconnaissance et de la création de nouveaux programmes de la part de ces deux bailleurs de fonds, les modèles de production, les genres privilégiés, ainsi que les critères d'évaluation du rendement demeurent, pour l'essentiel, calqués sur un modèle industriel de production.

L'ÉLÉMENT DÉCLENCHEUR

Si l'art se redéfinit sans cesse face aux mutations des réalités et des références culturelles, les arts médiatiques sont plus sensibles aux moindres soubresauts. Ces transformations, étroitement liées aux évolutions technologiques, heurtent les schèmes établis de création et de livraison des œuvres aux divers publics. Nous vivons à l'ère de l'explosion ininterrompue et recombinate des médias, de la prolifération d'images et de sons, propulsées par une vitesse extraordinaire de circulation. L'art médiatique, qui détenait jusqu'alors le monopole de l'esthétique visuelle des images en mouvement, voit sa position érodée, contestée par les médias et par de nouvelles pratiques de traitement, de production et de diffusion (Web 2.0).

Portée par l'essor exponentiel des interfaces et des outils grand public, la révolution numérique entraîne une véritable rupture dans le temps, les matières, les vitesses, les formes, les finalités et les usages. Véhiculé grâce à des outils et des supports qui ne sont plus spécifiques aux codes reconnus des pratiques artistiques, ce nouveau régime impérial des images a engendré un faisceau de réponses de la part des artistes, alliant à la fois l'art, les médias et des pratiques privées.

Les praticiens des arts médiatiques s'efforcent d'inventer un art à partir des comportements, des sensibilités et des outils contemporains en utilisant, pour servir leurs finalités créatives, les mêmes interfaces électroniques et les mêmes dispositifs technologiques que les médias. Pour eux, il est naturel que l'art - sur les plans esthétique et conceptuel - soit en relation constante avec la technologie, plus particulièrement dans des secteurs propices aux pratiques des arts médiatiques comme la vidéo numérique, la production d'images de synthèse, le multimédia, l'interactivité, la réalité virtuelle ou les films d'animation.

Certaines pratiques en arts médiatiques favorisent de nouveaux modes de production, de livraison et de réception des œuvres. Le spectateur n'est plus exclusivement figé devant l'image ou à l'extérieur de celle-ci, ni contraint d'entrer en relation avec l'œuvre dans un cadre traditionnel ou selon un horaire fixe. Désormais, pour voir l'œuvre, le spectateur dispose d'un choix grandissant d'écrans, de lieux et de sources, allant de la salle de

cinéma traditionnelle à l'écran d'ordinateur, à son portable et même à son iPod, selon un horaire qu'il détermine lui-même. Il peut dorénavant s'immerger dans l'œuvre et faire corps avec elle. La réception proactive devient coproductrice de l'œuvre elle-même. Cette approche équivaut aussi à une profonde remise en question de la notion traditionnelle d'œuvre.

En choisissant pour matériaux les outils et les paradigmes des médias et des technologies, les arts médiatiques se situent dans une zone sensible, confrontée à une exigence de légitimation permanente. C'est en conjurant ces risques que ce nouvel art prend forme. À partir du simple constat que, sans art et sans dimension culturelle, l'évolution du contenu et du langage de ces technologies média est dénuée de sens, de valeurs profondes, d'orientation.

AU JOUR LE JOUR

Depuis la fondation du CQAM en 1998, c'est devenu redondant d'affirmer que le paysage des arts médiatiques, tout comme les attentes des différents acteurs impliqués, a radicalement changé. De nouveaux défis artistiques, financiers, structurels et technologiques surgissent et surgiront sans cesse. Avec eux, de nombreux doutes et interrogations découlent du fait qu'aucun acteur ne peut se soustraire durablement des conséquences de cette mutation, car telle est la nature des avancements technologiques de l'audiovisuel.

Les artistes, les centres d'artistes et les bailleurs de fonds doivent sans cesse s'ajuster aux conditions nouvelles de la création. Car aucun joueur sur l'échiquier des arts médiatiques n'est immunisé contre les risques de ce déphasage perpétuel. Le contexte changeant des arts médiatiques ne cesse de s'intensifier : difficultés de rayonnement et de circulation des œuvres; arrivée d'une relève dynamique prônant de nouvelles stratégies de reconnaissance et d'autres façons de faire; recherche de partenariats stratégiques avec le secteur privé et inadéquation entre les ressources requises et la réalité quotidienne. Devant les mutations des pratiques médiatiques établies propulsées par des avancées technologiques accélérées, tous les intervenants doivent désormais tenir rapidement compte de l'ensemble des nouveaux paradigmes afin de concilier et anticiper les enjeux et les besoins du milieu impliqués dans l'écologie de la discipline.

LE PLAN-SÉQUENCE

Le conseil d'administration du CQAM a décidé d'organiser des États généraux après avoir analysé l'environnement dans lequel évoluent les arts médiatiques depuis sa fondation :

- les effets de la progression vertigineuse des mutations technologiques majeures sur le milieu ;
- la métamorphose des quatre pratiques dans des incarnations démultipliées de plus en plus diverses ;
- le malaise de certains intervenants du secteur devant le fractionnement et l'hybridation des pratiques ;
- l'intégration d'une relève toujours plus nombreuse ;
- l'obsolescence de certaines pratiques organisationnelles courantes ;
- les problèmes persistants et croissants de circulation et de rayonnement des œuvres.

Sachant par ailleurs que les conseils des arts des deux principaux paliers de gouvernement avaient amorcé une révision des programmes dédiés aux arts médiatiques, le CQAM avait vu le potentiel synergique d'une telle convergence.

Chacun des éléments dans cette conjoncture semblait suffisamment préoccupant pour rallier la communauté autour d'un événement à la fois bilan des dix dernières années et projection dans l'avenir, qui permettrait de réaffirmer ses valeurs disciplinaires, partager des idées et catalyser une vision susceptible de poser les axes d'une nouvelle fédération du milieu.

Le CQAM était conscient qu'aucune rencontre de ce type au Québec n'avait rassemblé auparavant les quatre pratiques qui composent cette discipline et nous connaissions d'emblée les difficultés de nous engager dans une entreprise d'une telle envergure. Car, à l'exception de la *Réflexion sectorielle avec / par / sur les artistes et les organismes en arts médiatiques*, organisée en 2003-2004 afin de répondre à un certain nombre d'enjeux ponctuels, à aucun moment les intervenants de cette discipline ne s'étaient donnés le temps d'entreprendre une réflexion approfondie sur leur communauté et son avenir dans le cadre des États généraux. Nous savions également que le profil particulier de la discipline des arts médiatiques, qui regroupent quatre pratiques distinctes, ne vivait plus ce mariage avec autant d'harmonie et que, pour dégager de nouvelles perspectives structurantes, il fallait questionner et se questionner.

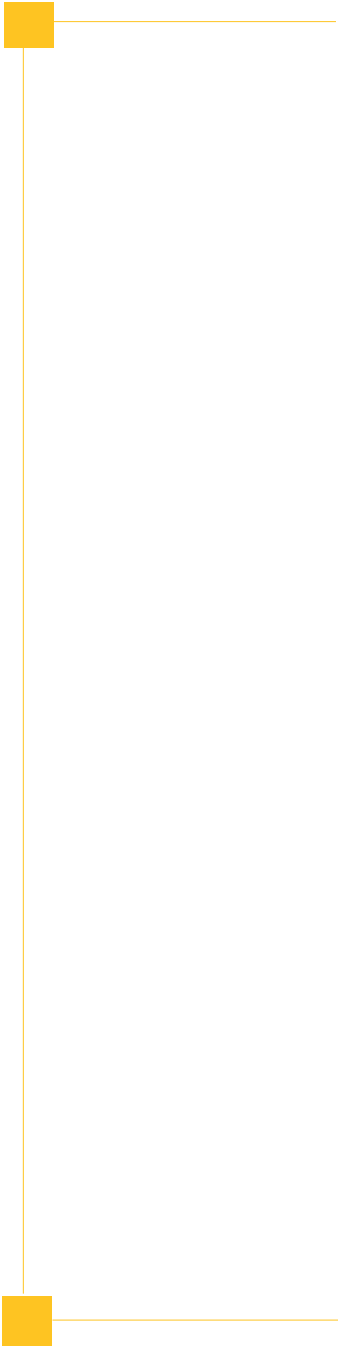
Pour toutes ces raisons, il a été décidé d'orienter cette démarche non pas à partir de statistiques ou de revendications, mais plutôt sur le besoin de revisiter les relations d'intérêts, les orientations, les visions, les objectifs et les défis dans le but de poser les fondations qui permettraient de construire un avenir consolidé et rassembleur.

Moult consultations, discussions et recherches ont été entreprises afin de s'assurer que le programme des États généraux des arts médiatiques reflète le pouls du milieu. Les thèmes, les sujets de discussion et les problématiques recensés auprès des travailleurs culturels et des artistes du milieu des arts médiatiques lors de rencontres individuelles et de groupes ont été validés au sein de plusieurs comités consultatifs panquébécois.

Ces préoccupations ont ensuite été regroupées sous trois journées thématiques, proposant six ateliers quotidiens. Chaque journée traitait d'un aspect du parcours de l'artiste et de ses œuvres, soit la création, la dissémination et le rayonnement. Afin de stimuler les occasions de rencontres, et d'échange, ce programme de 18 ateliers recoupait les enjeux communs à tous les intervenants, sans égard aux distinctions des pratiques, à l'exception de deux ateliers consacrés aux problématiques spécifiques du cinéma indépendant d'auteur.

L'objectif principal de ces premiers États généraux était de susciter une rencontre autour des enjeux de la discipline, au-delà des périmètres des pratiques et de proposer des axes de réflexion sur l'avenir de la discipline. Le rapport qui en résulte fait l'écho des préoccupations des participants actifs dans la communauté des arts médiatiques qui ont cru important de collaborer à ces échanges historiques et cela malgré l'absence annoncée de certains organismes et artistes qui, manifestement, n'adhèrent pas aux valeurs de ce milieu.

À la lecture des trois premières parties du rapport, on remarquera que plusieurs questionnements proposés dans les présentations d'ateliers n'ont pas été abordés. Également, on notera que les participants ont souvent préféré traiter des aspects fondamentaux des problèmes sans énoncer de directives précises ou sans chiffrer les montants requis pour consolider ces pistes. On constate une nette volonté de reconfigurer les approches plutôt que de se limiter aux embûches.

A decorative element consisting of a yellow square at the top left, a horizontal yellow line extending to the right, and a vertical yellow line extending downwards to the bottom left, where it meets another yellow square and a horizontal yellow line extending to the right.

La dernière section regroupe les pistes ciblées pour mieux amorcer la prochaine décennie d'une discipline encore et toujours en devenir. Synthèse colligée en trois temps - lors de la recherche, au cours de la consultation du milieu, entreprise au préalable et pendant les premiers États généraux des arts médiatiques - on y retrouve les pistes retenues, les orientations privilégiées et les démarches à consolider à court terme :

- Mettre en œuvre de nouvelles orientations qui permettent un rayonnement des œuvres, la reconnaissance des artistes et la notoriété de la discipline ;
- Reconnaître et soutenir les nouvelles expressions des quatre pratiques ;
- Implanter des structures organisationnelles et des programmes en phase avec les enjeux d'aujourd'hui et de demain propres aux arts médiatiques ;
- Donner une nouvelle impulsion à la discipline.

JOUR 1 :: LA CRÉATION : UNE DÉMARCHE EN CONTINU

1.1. TRANSVERSALITÉ

Métissages et spécificités des diverses pratiques en arts médiatiques

SOMMAIRE DE L'ATELIER

Hybrides par nature, les arts médiatiques regroupent une communauté d'artistes et d'organismes, caractérisée par une extrême diversité d'expressions et d'œuvres. La transversalité et la pollinisation des genres et des techniques reflètent la nature d'un art en devenir et de pratiques sans cesse émergentes. Cinéma, vidéo, nouveaux médias, art audio sont les expressions reconnues de cette discipline.

À partir des sensibilités, des processus, des outils contemporains, les créateurs en arts médiatiques inventent un art inédit, en utilisant des interfaces technologiques volatiles, des langages propres et des cadres nouveaux de référence pour servir leurs finalités créatrices. Face à la mutation radicale du paysage médiatique et à l'enchevêtrement des pratiques, selon quels repères s'articule le travail des créateurs ?

En outre, quels paradigmes retenir pour discerner la spécificité des pratiques et développer des programmes disciplinaires équitables qui tiennent compte de cette transversalité ?

DÉFINIR SA PRATIQUE - LES NOUVEAUX REPÈRES

Chaque regroupement disciplinaire est, en premier lieu, une communauté d'affiliation, liée par une appropriation commune d'outils, d'un médium ou d'un champ d'expression artistique. Puisque la création émerge de l'imaginaire de chaque artiste se dédiant à une pratique avec laquelle il ressent une profonde affinité, nulle discipline ne se présente comme une aire monolithique, encore moins la discipline des arts médiatiques.

L'arborescence des arts médiatiques est composée de nombreuses sous-communautés qui se construisent selon un cadre formel faisant appel à des codes esthétiques et langagiers différenciés, créant de nouvelles appartenances à mesure que les artistes s'approprient de nouveaux outils, codes informatiques et technologies. Les arts médiatiques, à titre de regroupement de quatre pratiques reconnues individuellement, constituent une jeune discipline où se côtoient à des degrés variables de proximité autant de manifestations classiques qu'émergentes de chaque pratique. Cependant, tous les praticiens reconnaissent que certaines affinités communes entre les pratiques composant les arts médiatiques pourraient souder les solidarités.



Celles-ci sont encore à développer, mais elles sont plutôt remises en question. Car, si certains artistes et intervenants culturels reconnaissent une certaine logique dans la subdivision des arts médiatiques en quatre champs de pratique initiée par le Conseil des Arts du Canada, la nouvelle génération questionne davantage cette catégorisation. Les définitions actuelles font davantage référence aux supports utilisés traditionnellement et aux outils/technologies communs employés, tandis que beaucoup d'artistes définissent plutôt leur pratique à partir de processus, de démarches, de genres ou de langages formels employés.

PRATIQUES OUVERTES ET TRANSVERSALES

L'ouverture et l'hybridité s'affichent comme des valeurs intrinsèques de la discipline. Si les influences sont issues de la pollinisation d'autres champs disciplinaires, plusieurs praticiens sont eux-mêmes souvent issus d'autres disciplines. Cette mixité des influences et des créateurs est fondamentale dans le développement de la discipline et fait en sorte que ses paradigmes seront probablement toujours en mouvance.

Si les pratiques des arts médiatiques sont inévitablement plus sensibles aux développements technologiques, elles ne sont pas les seules bénéficiaires de l'émergence des nouveaux outils. Toutes les disciplines artistiques sont interpellées par les nouveaux paradigmes du numérique. Or, pour que les pratiques groupées sous l'enseigne des arts médiatiques soient reconnues comme une discipline à part entière et non comme un ensemble de pratiques média ou technologiques, il s'agit de les baliser des repères qui reflètent la nature spécifique du processus créatif et non de se contenter des repères reliés aux outils, supports ou procédés techniques employés.

SOUTENIR LES PRATIQUES ET NON LES SUPPORTS

Puisque la distinction d'une discipline artistique relève d'un processus et non d'un support, d'un genre ou d'un format utilisés, le financement des quatre pratiques en arts médiatiques doit se baser sur le soutien du processus lié à la création de contenus ou de formes d'art médiatique, et non sur l'usage de supports ou de technologies. Car, les supports et technologies ne sont pas, de toute manière, spécifiques à la discipline artistique, mais plutôt à une industrie dite audiovisuelle. Le développement de politiques artistiques en arts médiatiques, des programmes d'aide à la recherche - création et ses modes d'évaluation sous-jacente, doit intégrer les paradigmes liés aux processus propres à la création au cœur des quatre pratiques de la discipline, afin de mieux reconnaître et soutenir l'expression artistique des créateurs et le caractère propre de la création et production d'œuvres en arts médiatiques.

1.2. CONCILIER L'ART ET L'INDUSTRIE

L'avenir des nouveaux médias et du cinéma indépendant d'auteur face aux défis de la création artistique dans une logique de production industrielle

SOMMAIRE DE L'ATELIER

Les arts médiatiques ont hérité des modèles, tant traditionnels qu'industriels, qui sont issus de la volonté commerciale de vendre des images en mouvement au public. En s'appropriant le médium cinématographique, les artistes l'ont investi d'autres esthétiques, contenus et desseins pour en faire le 7e art. Plus récemment, et de la même manière, les créateurs ont détourné les équipements informatiques et les outils technologiques des industries pour en faire leurs pinceaux et leurs toiles en nouveaux médias. Toutefois, des antinomies majeures, souvent irréconciliables, persistent entre la vision artistique d'une œuvre et le produit de l'industrie culturelle, tant au niveau du cinéma indépendant d'auteur qu'au niveau des nouveaux médias. Comment, dans un tel contexte, ces deux pratiques peuvent-elles relever les défis de la création dans une logique de production industrielle et rejoindre les publics ?

BIFURCATIONS

Si les pratiques des arts médiatiques possèdent des liens de parenté avec les modes de production commerciale ou industrielle d'images et de sons - que cela soit en cinématographie, en expression sonore ou en multimédia - leur filiation est des plus ténues, se limitant à une utilisation des mêmes outils, technologies et supports et, parfois, des mêmes circuits de diffusion. L'un est un lieu de l'imaginaire, dédié à une recherche esthétique ou formelle, à une exploration et détournement créatifs des outils, des langages et des supports, à une transmission d'un point de vue très personnel et à une expression unique en termes de contenu. L'autre est orienté vers un contenu, une forme ou une esthétique commercialement viable, visant le grand public ou une niche segmentée du marché, peu importe la plateforme de livraison. Afin de répondre à ces deux axes, les structures de financement des arts médiatiques se rapportent à deux entités qui soutiennent la production d'images et du son au Québec. La Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) investit dans diverses étapes menant à *la mise en marché d'un produit* et le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) octroie des bourses de recherche et création afin de soutenir *la démarche de création d'un artiste*.

Ainsi, les programmes de bourses de recherche et création de la section des arts médiatiques du CALQ ont pour but principal de soutenir la démarche d'un artiste, sa recherche et ses tentatives de transmettre un contenu par le biais d'interventions informatiques, technologiques ou langagières innovatrices qui



communiquent une recherche ou un processus artistique. Par ailleurs, les programmes du CALQ dédiés à la diffusion visent moins une finalité sous forme de transaction commerciale de l'œuvre que des actions de sensibilisation et de familiarisation du public avec des œuvres de création, d'où le terme « développement de l'auditoire ».

Dans le cas de la SODEC, l'investissement récupérable des fonds publics dans un produit filmique vise l'accroissement ou le maintien de la part de marché d'une cinématographie nationale sur nos écrans de cinéma et de télévision. La démarche d'auteur dans cette industrie cinématographique est liée à une certaine revendication d'un droit de cité du créateur, sur les ondes et sur les écrans, à une approche cinématographique personnalisée, motivée par l'accroissement de la visibilité de formes en marge de celles de l'industrie et la réclamation d'un public pour un contenu d'auteur.

CHEMINEMENT D'ARTISTE ET CONTEXTE D'AUTEUR

Les réalités de l'artiste-créditeur des nouveaux médias et des réalisateurs-producteurs cinématographiques sont bien différentes. Pour les participants aux ateliers, il existe une distinction entre la production orientée vers un public large, bien que segmenté, et les œuvres de création qui cherchent constamment à redéfinir les propositions artistiques offertes aux publics. La notion d'auteur liée au cinéma indépendant relève d'un point de vue personnel, signé d'une approche stylistique propre au réalisateur. Mais l'auteur-réalisateur-producteur évolue dans un cadre mis au point à des fins commerciales - même si le cinéma est considéré au Québec comme une industrie culturelle identitaire et, à cette fin, est appuyé par l'État, par le biais de politiques et de programmes. En contrepartie, la création en arts médiatiques est balisée par des paramètres puisant leurs fondements dans un contexte de recherche et de développement des pratiques artistiques. Ces deux visions ne sont pas contradictoires, mais complémentaires et essentielles. En ce sens, elles doivent être également et distinctement reconnues, privilégiées et soutenues.

CRÉATION ARTISTIQUE ET LOGIQUE MARCHANDE

Les arts médiatiques s'approprient et détournent les outils et les technologies des industries audiovisuelles à des fins artistiques. Par ailleurs, certaines pratiques de la discipline (dont le cinéma indépendant d'auteur et, à un moindre degré, quelques itérations des nouveaux médias), sont confrontées tout au long de leur chaîne de production à la logique marchande de leurs contreparties respectives dans les industries culturelles, tout en se réclamant de la création artistique. Obligé d'emprunter une double identité d'artiste et d'entreprise pour

assurer une admissibilité des projets aux guichets d'aide, l'auteur de tout film qui sollicite un soutien public est pris avec ce statut bicéphale tout au long de la vie du projet, sans égard au genre ou à la durée. Même une fois terminé, le projet se nomme différemment selon l'institution : *œuvre* pour les conseils des arts et *produit* pour la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) ou Téléfilm Canada.

Ainsi, l'encadrement des réalisateurs-producteurs récipiendaires d'un financement de la production cinématographique auquel se dédie la SODEC diffère grandement de la démarche et de l'encadrement d'un projet d'artiste soutenu par le CALQ. Cette complémentarité des deux organismes d'État aurait avantage à être renforcée, car il importe que ces organismes publics restent fidèles à leurs mandats premiers.

La tentation de faire converger les programmes des conseils des arts avec les besoins des réalisateurs-producteurs qui financent la majeure partie de leurs films grâce à la SODEC ou grâce au pendant canadien, Téléfilm Canada, peut être risquée. Car ce type de chevauchement pourrait servir tôt ou tard de justification au retrait de la multiplicité des guichets d'aide pour la production en arts médiatiques par les gouvernements respectifs.

En revanche, les programmes de recherche-crédation relevant des conseils des arts privilégient la réalisation d'œuvres d'artistes dont le travail peut être uniquement soutenu par le biais de leurs aides. Par conséquent, les critères, les modalités et les lignes directrices de ces programmes d'aide aux individus doivent correspondre à cette réalité et venir en aide à ces artistes prioritairement. La création-recherche est un acte de production en soi, non l'amorce d'une production à vocation commerciale. Car, consolider cette approche, comme un mode de production et d'exploration de la nature expérientielle du langage des images en mouvement, du son et des processus numériques de communication, est devenue aujourd'hui vital pour le développement des arts médiatiques.

LA DICHOTOMIE ASSUMÉE, MODE D'EMPLOI DE LA CONCILIATION

Si les paramètres de cette dichotomie avouée entre le milieu de la création et celui de la production dite culturelle sont à consolider, les échanges et les collaborations entre ces deux univers sont également à encourager. En parallèle, ces deux modes de production de contenu proposent, tant l'un que l'autre, des apports artistiques, techniques et financiers mutuellement bénéfiques. La mise en place ou la consolidation d'outils, de ponts ou de forums communs mettant de l'avant l'échange de ressources, de savoirs et de savoir-faire serait à développer par les intervenants des deux milieux. Privilégier la spécificité de ces deux univers distincts et protéger leurs sources respectives de financement, ne les rendront que plus dynamiques et saines.

1.3. FAIRE PLACE ET PRENDRE SA PLACE

Les vraies solutions et les faux problèmes de l'intégration de la relève

SOMMAIRE DE L'ATELIER

Chaque génération d'artistes cherche à définir son propre espace, à se frayer un passage entre les multiples zones d'influence selon des considérations propres à son époque. L'évolution des outils technologiques influe certes sur les pratiques artistiques, mais leur seule utilisation ne peut suffire à générer des idées neuves. Cette évolution incite, toutefois, la relève à percevoir le monde différemment pour mieux le transformer et l'investir de sa présence. Mais à quels niveaux se situe cette divergence générationnelle ?

Cette relève exigeante, qualifiée et polymorphe, assume haut et fort ses revendications de financement et d'accès aux programmes de soutien. Elle demande également une meilleure représentativité afin de faire entendre et considérer sa voix. Dans l'optique actuelle d'intégration, les nouveaux programmes ou les modifications des critères par les bailleurs de fonds et les centres d'artistes répondent-ils vraiment aux besoins des jeunes créateurs ? Quelles sont alors les vraies solutions pour l'intégration de la relève ?

SE NOMMER - SE FAIRE NOMMER

La pléthore de termes utilisés pour décrire, qualifier ou regrouper un ensemble d'artistes en début de parcours professionnel soulève beaucoup de réserves chez les artistes-créateurs visés. Parmi les désignations en usage, on retrouve aléatoirement les termes « *artiste en début de carrière* », « *artiste émergent* », « *artiste de la relève* » ou « *jeune créateur* ». Le nombre, mais surtout la diversité des définitions se déclinant sous une multitude de critères différents, entretient un flou. Ce flou devient un obstacle pour rejoindre la communauté visée par ces programmes ou ces politiques. Ainsi, parce que les artistes-créateurs de la relève s'identifient difficilement à ces programmes, ils questionnent leurs relations avec les organismes qui en sont les promoteurs, même si le fondement et les intentions demeurent par ailleurs fort louables.

Dans le contexte de cette volonté d'intégration des artistes de la relève aux forces vives du milieu, plusieurs correctifs sont à souhaiter. Les termes employés et les critères utilisés pour définir ces artistes-créateurs doivent faire l'objet d'une révision en consultant cette communauté afin d'adopter une définition commune et reconnue par la communauté visée et afin d'établir des critères d'accès qui correspondent à cette réalité.

La production d'outils et de véhicules de communication plus directs et plus simples devrait être privilégiée. Finalement, plus la définition de cette communauté sera rassembleuse et probante à ses yeux, plus elle deviendra universelle et les programmes atteindront plus facilement leurs objectifs.

LES PRÉREQUIS D'UNE INTÉGRATION RÉUSSIE

L'émergence d'une pratique artistique ou d'un artiste est un long processus qui nécessite de l'aide financière, du soutien logistique ou de la formation de pointe spécifique pour soutenir l'intégration aux diverses communautés qui composent le milieu des arts médiatiques québécois. D'une part, les difficultés d'accès aux programmes de soutien par les artistes en début du parcours professionnel sont causées par l'insuffisance de fonds dans les programmes existants. D'autre part, l'absence d'une perspective d'accessibilité et de stabilité à moyen terme soulève d'autres irritants.

Ces problèmes ne sont pas liés à la définition du statut professionnel de l'artiste ou à des lignes directrices de programmes de soutien trop contraignants, car les artistes concernés reconnaissent le bien-fondé des critères existants. L'octroi d'aide à ces artistes devrait privilégier la stabilité de l'aide ou l'accompagnement d'une pratique en émergence, au lieu d'une aide financière ponctuelle ou à court terme, ce qui permettrait alors à l'artiste de mûrir son intégration et son développement professionnel.

Par ailleurs, beaucoup de problèmes soulevés par les artistes de la relève se concentrent autour de l'accompagnement. Si la plupart des artistes ont maintenant une formation universitaire ou professionnelle de pointe, ils sont souvent peu ou mal outillés pour affronter les réalités de l'univers de la production ou s'intégrer à la culture des centres d'artistes. Le passage de la théorie et de la technique à la pratique s'avère difficile. En ce sens, leur intégration dans le milieu professionnel n'est pas liée exclusivement à un accès à des fonds, mais également à un accès à l'information et aux savoir-faire.

INTÉGRER, C'EST TRANSMETTRE LE SAVOIR-FAIRE

Une des valeurs fondamentales de la nouvelle génération est sans contredit l'autonomie. La démocratisation des modes de production d'images et de sons a permis à la génération montante de prendre d'assaut la création en arts médiatiques selon ses propres termes. Débrouillards et indépendants, les jeunes artistes reconnaissent toutefois la nécessité d'un soutien ciblé pour consolider leur autonomie et leur intégration dans le milieu professionnel après leur formation de base à l'université ou en centre de formation professionnelle.

Or, le type de services dont ces créateurs ont besoin se trouve difficilement dans leur milieu. Les formations offertes dans les centres d'artistes, par exemple, constituent souvent une introduction à des outils disponibles dans ces mêmes centres ou à des étapes précises de production.

Outiller ces artistes pour qu'ils acquièrent l'autonomie souhaitée c'est, entre autres, concevoir des programmes qui s'inspirent du mentorat. Il s'agit d'envisager alors la formation non seulement comme l'apprentissage technique d'un outil ou d'un savoir-faire, mais d'inclure la transmission d'un savoir sur une période donnée, dans une optique de développement professionnel. Ce type d'accompagnement permettrait aux artistes de franchir les différentes étapes de leur carrière afin d'atteindre leurs objectifs artistiques, techniques ou professionnels.

Si certains s'interrogent sur la capacité des centres d'artistes à offrir un service de mentorat, il est sans contredit important d'outiller ces centres afin qu'ils puissent développer une nouvelle approche à la formation et à la transmission des savoirs et des savoir-faire.



Atelier de discussion. Christopher Hémain, photographe

1.4. ACCOMPAGNER L'ARTISTE

Déployer des approches convergentes avec ses besoins actuels : laboratoires, commandes d'œuvres, résidences, etc.

SOMMAIRE DE L'ATELIER

Emblématique des organismes de production, le travail d'accompagnement et de soutien à la création change au fur et à mesure de l'évolution des pratiques. Transcendant la culture traditionnelle du centre d'accès ou de la coproduction de services, diverses initiatives proposent aujourd'hui des modèles d'accompagnement plus ciblés, plus flexibles et mieux adaptés aux besoins de l'artiste et à des fins aussi variées que pointues. Laboratoires, résidences, commandes d'œuvres ou projets de production globale d'une œuvre s'inscrivent dans une vision proactive de l'offre de ces centres de soutien à la création. En regard de cette évolution, sous quels paramètres les créateurs accèderaient-ils à l'accompagnement dont ils ont besoin aujourd'hui ?

Parallèlement, il existe de nouvelles structures visant une clientèle universitaire ou postuniversitaire, axées essentiellement sur la recherche : les centres universitaires et les laboratoires privés de recherche. Devrons-nous tenter d'investir ces approches novatrices ? De plus, comment bâtir des réseaux privilégiés avec ces nouvelles structures pour dégager une synergie qui concilie les vocations et répond aux besoins actuels des créateurs indépendants ?

DE NOUVEAUX MODÈLES D'ACCOMPAGNEMENT ET D'ACCUEIL

Les centres d'artistes ont développé un ensemble de services qui répondent généralement aux besoins ponctuels ou spécifiques à court terme des artistes qu'ils desservent. Dans un contexte où l'artiste développe un projet ou une démarche à long terme, les modèles traditionnels de soutien à la création des centres d'artistes offrent difficilement l'encadrement adéquat. De nouveaux modèles d'accompagnement de la recherche-création et d'accueil, qui répondent mieux aux nouvelles exigences du milieu et aux besoins des artistes, amènent certains organismes de production à délaisser la notion établie d'un centre de services ou d'accès. Ils s'orientent plutôt vers une articulation mieux ancrée dans le raffinement des expertises offertes, la transmission de connaissances et du savoir-faire dans un esprit de soutien-conseil à moyen et à long terme.

Les besoins exprimés par un nombre croissant d'artistes relèvent davantage de la recherche d'expertises ou de savoirs à acquérir que du simple accès aux outils. Même si ce type d'accès a toujours son importance pour certaines pratiques, le développement des expertises d'un centre est un gage d'excellence et de pérennité



et devient incontournable au fur et à mesure des mutations technologiques. La pertinence d'un centre devrait plutôt s'exprimer aujourd'hui à travers la qualité de ses modes d'accompagnement et d'accueil des artistes.

NOUVEAUX MODÈLES, NOUVEAUX PARAMÈTRES

Dans un contexte où le milieu réfléchit sur de nouvelles approches du soutien de l'artiste, il importe de reconnaître et de soutenir les initiatives novatrices et la mise en œuvre de ces nouveaux modèles d'accompagnement et d'accueil. Même si elles sont propres à une sous-communauté, à une pratique ou à un genre, ces nouvelles approches (ne serait-ce que le soutien à la production) invitent à une réflexion approfondie et globale sur la culture organisationnelle et sur l'ensemble des services offerts aux artistes par les centres d'artistes québécois. Que ce soit les résidences, les laboratoires, les commandes d'œuvres ou d'autres modèles d'accueil, ces nouvelles approches offrent des solutions d'accompagnement adaptées et adaptables aux besoins en constante mutation des artistes.

Bien que de nouvelles approches de soutien de la création des artistes existent, leur efficacité et leur pertinence dépendent de leur articulation en phase avec les différentes pratiques. Il demeure ainsi essentiel de paramétrer tous les modèles d'accueil ou d'accompagnement de l'artiste et de son projet de création selon un certain nombre de critères ou d'exigences de base qui incluent les valeurs intrinsèques du milieu : respect des droits d'auteur, versement de cachets d'artiste, reconnaissance du plein contrôle artistique et éditorial de l'artiste, etc.

LES CENTRES D'ARTISTES : LIEU D'AGRÉGATION DES SAVOIRS ET DE LA MÉMOIRE COLLECTIVE

Depuis les années 1970, les centres d'artistes ont été parmi les instigateurs de la démocratisation des moyens de production et la circulation d'œuvres d'arts médiatiques au jour le jour. Mais, les besoins des créateurs se transforment rapidement à cause de l'évolution des technologies, du développement continu des outils et d'un changement dans la culture des pratiques. Cela étant dit, même si certains centres vivent un déphasage par rapport aux besoins actuels, leur pertinence demeure importante dans l'écologie de la discipline.

L'importance accordée au concept de la rencontre à titre d'élément fondamental de leur mission invite les centres à se percevoir aujourd'hui comme un lieu d'agrégation de savoirs et/ou de mémoire collective disciplinaires, un carrefour dynamique d'échanges au quotidien. Car si les besoins des communautés et des artistes ont évolué, des nécessités demeurent, notamment la documentation du travail des artistes, l'archivage,

l'édition de documents critiques ou de supports de diffusion (DVD ou en ligne), la médiation des pratiques, l'échange sous forme de rencontres, de conférences, de formation, etc. Ces éléments sont essentiels et complémentaires aux activités d'accompagnement de la production et de la diffusion.

1.5. LE PÉRIMÈTRE DU DOCUMENTAIRE CONTEMPORAIN

Pratiques, supports et enjeux du documentaire indépendant d'auteur

SOMMAIRE DE L'ATELIER

Au Québec, la pratique documentaire est certes un des genres les plus manifestes de son cinéma national, qui a largement contribué au développement d'une vision d'auteur dans le discours filmique. Le documentaire québécois a accompagné l'éveil d'une communauté d'artistes dans l'acte de créer des images et des sons pour instiguer une critique sociale, une reconstruction formelle du langage et une innovation technique. Alors qu'aujourd'hui la notion du documentaire se confronte à une élasticité terminologique, quel est le nouveau périmètre qui cadre ce genre ? Que reste-t-il de cette capacité de construire un vocabulaire qui remet en question notre rapport au monde par la rencontre de la forme, du sens et des images ?

Dans cette nouvelle ère de convergence, où le documentaire devient un contenu à formater plutôt qu'une œuvre singulière, comment aborder le rayonnement, le soutien et le financement d'une vision artistique et novatrice du genre ? Qu'est-ce que le documentaire d'aujourd'hui ou que reste-t-il de cette volonté de perpétuer ce genre incontournable dans un cinéma de création ?

L'EXPRESSION D'UN POINT DE VUE

Le documentaire est le genre cinématographique le plus soumis aux contraintes du financement public. Les approches personnalisées et diverses dans le traitement du sujet amènent certaines difficultés lors de la réception des projets dans les programmes de financement et tout au long de la chaîne. Il devient alors difficile de conjuguer une vision d'auteur, un montage financier, une approche artistique et une licence télévisuelle.

De plus, la notion d'investissement lié au box-office dans certains programmes de soutien est un autre obstacle à cette liberté si nécessaire à la création d'œuvres documentaires de haut niveau. Les contraintes se posent davantage en amont de la production : la recherche de fonds impose de concevoir un traitement documentaire



dans un cadre précis, voire d'écrire un scénario, pour soumettre un projet de documentaire aux différents bailleurs de fonds, alors que cette méthode de création convient à très peu de documentaristes et encore moins au genre. Cela a pour effet d'exclure d'autres modes de production et amène insidieusement certains créateurs à *formater* leur documentaire ou leur méthode de création pour répondre aux exigences de ces mêmes programmes.

REJOINDRE LE PUBLIC

En aval de la production, l'enjeu majeur du documentaire contemporain est lié à sa distribution et à sa diffusion. Lorsque les documentaristes arrivent tant bien que mal à réaliser leur projet avec les programmes de production existants, leur présentation ou leur accessibilité au public demeure assujettie à de nombreux facteurs : l'absence de politique d'acquisition des diffuseurs publics ou privés, de politique de diffusion en salle, l'effondrement des marchés secondaires, notamment des bibliothèques-médiathèques académiques et publiques.

Dès la recherche de financement, la nécessité d'un apport provenant de multiples sources présente invariablement des difficultés dans le montage financier de productions cinématographiques traditionnelles. L'exigence de recherche d'investissements en prévente, que cela soit par le biais de l'avance sur recettes, l'acquisition licences par une chaîne de télévision ou encore la garantie de distribution, demeure plutôt l'exception et peut, trop souvent, décider de l'existence ou non d'un projet. Par conséquent, il devient alors primordial que les télédiffuseurs canadiens et québécois assument une part plus grande part des responsabilités en prévente liées à la diffusion de productions indépendantes québécoises d'œuvres cinématographiques. Même soutenues par une distribution spécialisée et appropriée au genre, les démarches de mise en marché ou de diffusion demeurent difficiles et se limitent généralement aux réseaux des festivals nationaux et internationaux. Plusieurs initiatives probantes ont été mises en place avec succès dans le passé et il existe un public en pleine croissance. Mais sans une approche concertée et à long terme, il sera particulièrement difficile d'envisager l'amélioration de la diffusion du documentaire d'auteur dans les années à venir.

Dans le même ordre d'idées, d'autres institutions publiques ont également un rôle à jouer, qu'elles assumaient encore il n'y a pourtant pas si longtemps. Les bibliothèques publiques ou académiques et les institutions muséales pourraient grandement contribuer à la pratique et à la diffusion des arts médiatiques par l'acquisition et la collection des œuvres. Afin que la valorisation souhaitée du documentaire et des autres expressions des arts médiatiques se concrétise, une démarche concertée des différents intervenants est primordiale dans le développement d'une économie culturelle, la fidélisation d'un auditoire et le maintien de la qualité des œuvres d'arts médiatiques produites au Québec.

1.6. BRISER LE DOGME DU PROJET

Valoriser une vision artistique pérenne et s'inscrire dans une perspective de développement de carrière à long terme

SOMMAIRE DE L'ATELIER

La vision et la continuité balisent l'évolution de la carrière d'un artiste tout au long de son parcours. Cette constance est le reflet de la pulsion naturelle de création : elle se situe dans le long terme. Or, la plupart des programmes de soutien aux artistes se cristallisent aujourd'hui autour du concept de projets ponctuels et de résultats quantifiables, c'est-à-dire inscrits inéluctablement dans le court terme, sans nécessairement accompagner adéquatement la démarche du créateur.

Tout en s'interrogeant sur la finalité de l'œuvre et les étapes de sa création, il devient urgent de valoriser une démarche artistique pérenne. Car, si la création est un processus à long terme, comment ancrer durablement les programmes de financement aux artistes ou de soutien à la création dans la continuité ?

UNE NOTION À ACTUALISER

Depuis la création de programmes de soutien disciplinaire dédiés aux arts médiatiques par les bailleurs de fonds, l'articulation de l'ensemble des programmes consacrés au soutien des artistes en arts médiatiques au Québec et au Canada privilégie, dans la plupart des cas, le modèle de projet aux finalités claires. À la fois calqués sur les modèles de soutien dans d'autres disciplines ou sur le modèle de production cinématographique, les descriptifs actuels des œuvres visées par les programmes de soutien aux projets en arts médiatiques sont, a priori, délimités dans le temps et se résument souvent au soutien d'une seule étape de la chaîne d'une œuvre (recherche, scénarisation, production, postproduction, promotion-diffusion).

D'une part, selon un certain nombre de variables (nombre de demandes reçues, montant total de soutien disponible pour le programme, comité d'évaluation), une demande de soutien d'un projet d'artiste peut recevoir une réponse favorable pour une étape et se voir refuser pour les étapes suivantes. D'autre part, si une demande de soutien à la production d'une œuvre en arts médiatiques bénéficie d'une réponse positive et si ce projet peut souvent être réalisé sur quelques semaines, la préparation, la recherche, la promotion ou la présentation sont exclues du « projet » et, par extension, de ce soutien financier.



Or, toutes les étapes de la chaîne de création d'une œuvre sont non seulement des composantes interconnectées et essentielles à l'existence d'une œuvre, mais elles constituent des étapes cruciales qui assurent le succès du « projet » et donc, de l'œuvre. Dans nos modèles de programmes de soutien à la création en arts médiatiques, cette discontinuité subie par les récipiendaires fragilise la capacité des artistes à réaliser une œuvre telle que conçue et, surtout, à assurer le succès et le rayonnement du « projet ».

Autrement dit, le morcellement du soutien, non seulement freine la capacité d'un artiste à planifier in extenso toutes les étapes d'un projet de création, mais également affecte la réalisation d'une œuvre et, par extension, le parcours professionnel d'un artiste.

DE NOUVEAUX MODÈLES DE RECHERCHE-CRÉATION

Pour établir un contexte de soutien à la création à la fois souple et à long terme, il devient opportun de développer de nouveaux paradigmes qui tiennent compte de l'étape de la recherche ou prévoient un soutien pour l'ensemble des étapes de la chaîne d'une œuvre - recherche, réalisation, promotion, diffusion. Dans une perspective à long terme, il est impérieux de repenser les modèles de soutien aux artistes pour qu'ils correspondent au développement de la carrière de l'artiste au lieu de miser sur la simple actualisation d'un plan de production.

TRACER LE PARCOURS À LONG TERME

L'actuelle structure d'évaluation des demandes de soutien des créateurs en arts médiatiques déposées chez les bailleurs de fonds s'appuie sur des critères liés avant tout au projet soumis, à son « rendement » potentiel ou à sa « valeur » estimée, donc aux résultats à court terme. Or, l'émergence et le développement de créateurs talentueux et d'un corpus d'œuvres d'arts médiatiques de qualité se réalisent par un soutien cumulatif à long terme. Pour ébaucher une approche réussie du développement et du maintien de la qualité de la création, le soutien des bailleurs de fonds ne doit plus correspondre exclusivement à des objectifs de « rendement », ou à des résultats à court terme. Il devient important d'instaurer des critères d'évaluation qui répondent également à des objectifs liés au long terme, axés sur l'artiste et son corpus d'œuvres plutôt que sur la seule finalité d'un projet unique. Parmi les critères à retenir, mentionnons la qualité des œuvres antérieures, la démarche de l'artiste dans le projet sous évaluation vue dans le contexte de l'ensemble du travail de l'artiste, le mérite artistique, le rayonnement, la formation et la maîtrise technique, lesquels critères résument les éléments-clé de l'excellence d'une production nationale de calibre en arts médiatiques.

JOUR 2 :: LA DISSÉMINATION : CHOISIR SES OUTILS ET SON ÉCRAN...

2.1. S'APPROPRIER SES OUTILS

Acquérir ses équipements et maîtriser ses procédés de création dans un secteur en évolution perpétuelle.

SOMMAIRE DE L'ATELIER

Sans outils, procédés et savoirs sophistiqués, les arts médiatiques n'existeraient tout simplement pas. Or, tant les outils que les procédés et les savoirs vivent aujourd'hui une mutation fulgurante sur laquelle les artistes et les centres n'ont que peu d'emprise. L'acquisition de ces outils demeure l'enjeu principal du milieu des arts médiatiques. En l'absence de fonds dédiés ou récurrents, les centres peuvent difficilement proposer des équipements de pointe ou à jour, indispensables pour la création et la présentation d'œuvres. Dans ces conditions, l'élaboration d'une approche durable de l'acquisition ou du maintien d'un parc d'équipement est laborieuse, voire vouée à l'échec. De plus, avec l'arrivée incessante de nouveaux outils, supports et standards dont la haute définition, quels sont les besoins réels des artistes et les capacités des centres à offrir des outils appropriés ?

Dans ces conditions, comment maîtriser nos procédés de création, tout en sachant que nos outils, conçus pour les besoins de l'industrie, ne nous sont pas directement destinés ? De quels moyens disposons-nous : Consolider nos maigres ressources ? En développer d'autres ? Aujourd'hui, des ressources de type Open Source et celles de la sous-culture DIY proposent des alternatives à la problématique d'accès et des solutions pour la création artistique professionnelle. Mais quelles pistes viables s'ouvrent à nous ? Et comment influencer sur un développement libre d'outils logiciels mieux adaptés aux besoins des créateurs ?

DU MATÉRIEL AU CONCEPTUEL

L'acquisition d'équipements a toujours été un enjeu majeur pour les artistes et le milieu des arts médiatiques, toutes pratiques confondues, car les outils et les équipements constituent des éléments fondamentaux du processus de création dans ce domaine. En corollaire, ces outils et équipements continuent à être mis sur le marché à un rythme accéléré afin de répondre prioritairement aux besoins de l'industrie de l'audiovisuel et des communications. Cette réalité détermine non seulement leur longévité et leur coût, mais également la technologie et les formats. L'évolution rapide de la technologie combinée à l'obsolescence programmée des outils créent des obstacles réels à la production et à la diffusion. De plus, les outils *propriétaires* tempèrent la capacité des artistes de détourner ces équipements à des fins artistiques, l'essence même de toute pratique en arts médiatiques.

Par ailleurs, d'autres besoins se sont révélés d'une importance toute aussi fondamentale au cours des dernières années. Que ce soit l'accès à des lieux d'échange, de recherche ou d'exploration, ces besoins s'expriment en termes d'acquisition et de maîtrise de savoir et de savoir-faire artistique, technique, voire même scientifique. Certaines pratiques du milieu des arts médiatiques s'intéressent à des modes de partage de savoirs, de procédés, d'accès à des expertises, soit pour la recherche préalable, soit pour mener à terme le processus de création.

De ce constat est né un élargissement du concept d'acquisition et d'appropriation des outils pour inclure désormais des ressources immatérielles telles que des compétences, des savoirs et des savoir-faire. En fait, les ressources humaines des centres et les artistes eux-mêmes deviennent « l'outil » le plus important pour le milieu des arts médiatiques. Pour cette raison, investir dans les compétences s'avère aussi critique que les acquisitions de matériel (logiciels, équipements, etc.). Même si les artistes continuent d'avoir besoin d'équipements spécialisés accessibles sur tout le territoire, c'est avant tout l'investissement dans les individus et leurs compétences qui devient garant du développement et du maintien d'une maîtrise technique et d'un savoir artistique. Les centres d'artistes ont un rôle crucial à jouer dans la conception de nouveaux paradigmes. Parmi les aspects à examiner, citons les ressources humaines, la nature même des services offerts par des centres de production et les procédures d'acquisition d'équipement.

OPEN SOURCE

Une des pistes mises de l'avant repose sur une autre approche, soit le développement d'outils et d'équipement dans/par les centres eux-mêmes. Rappelons l'introduction du *Portapak* et de l'arrivée de la pratique vidéo au Québec en 1970. Pour pallier le manque d'un outil spécifique de montage, Vidéographe avait développé son propre éditeur de vidéo. Pour certains artistes en arts médiatiques, l'appropriation de leur mode de création passe aujourd'hui par l'appropriation des outils informatiques. Ceci se concrétise par l'adhésion au mouvement que l'on nomme communément *Open Source* ou logiciel libre. Au-delà des licences non-propriétaires ou du code source ouvert, l'*Open Source* et le *Open Hardware* suscitent une réflexion philosophique basée sur le libre accès et sur la liberté de choix, qui commence à avoir une résonance pour un nombre grandissant de centres et d'artistes du milieu des arts médiatiques québécois.

Puisque les applications informatiques libres n'exigent ni achat de licences pour les utiliser ni dépenses ultérieures pour les mises à jour, elles ont un avantage économique évident. Par contre, elles requièrent une plus grande implication de la communauté pour assurer leur développement et leur utilisation. Par conséquent,

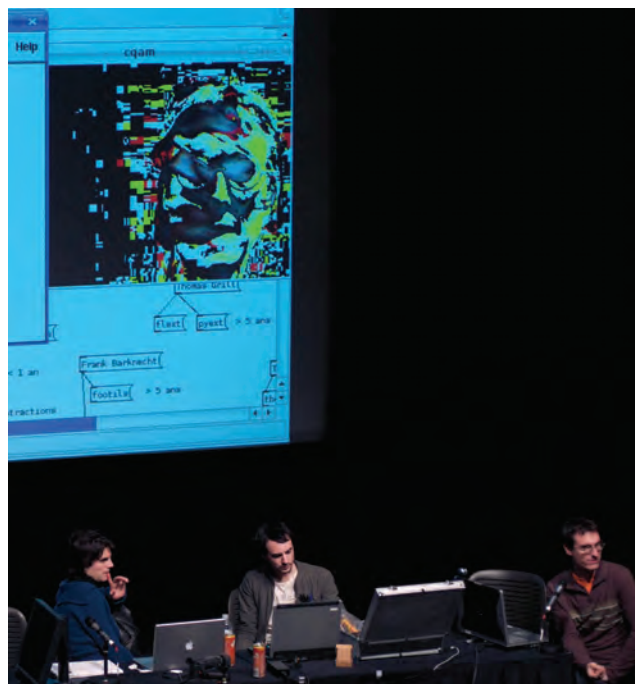
L'*Open Source* représente non seulement une alternative abordable et fonctionnelle à l'acquisition coûteuse des licences de logiciels propriétaires ou de certains équipements fonctionnant sous régime propriétaire, mais le logiciel libre agit surtout comme catalyseur d'une communauté de savoir dynamique et ouverte. Les outils et les équipements font alors partie du processus même de la création. À long terme, il est possible que l'utilisation des logiciels et des équipements libres engendre un nouveau développement de savoirs et de savoir-faire propres aux arts médiatiques québécois.

VERS DE NOUVEAUX MODÈLES DE PRODUCTION

La capacité de produire des images et des sons, indépendamment des entraves de tout ordre, se trouve, plus que jamais, à un carrefour. Entre l'utilisation plus répandue des applications et processus fondés sur les logiciels libres, les transformations technologiques majeures et continues que subissent les artistes et les centres (haute définition, distribution numérique, projection 3D) et l'effritement des fonds dédiés aux arts et à la culture, les communautés en arts médiatiques sont confrontées à des contraintes de plus en plus complexes.

Elles auront à repenser plus tôt que tard la création et la production de contenu artistique avec de nouveaux paramètres économiques, culturels et techniques. Les centres de production devront également s'adapter et concevoir de nouveaux modèles flexibles, consolider les acquisitions et les expertises, développer une démarche distincte de la production et conscientiser les artistes sur l'utilisation de leurs outils de création. Mais surtout, ils seront forcés de mettre en place des stratégies proactives pour donner accès aux outils qui convergent avec les processus de création des artistes.

Christopher Hémain, photographe



Présentation DIY, 19 avril 2009. De gauche à droite : Sofian Audry, Sanuel St-aubin, Alexandre Castonguay

2.2. RECONNAÎTRE LES COMPÉTENCES

Valoriser leurs contributions et soutenir les intervenants culturels, les commissaires indépendants et les professionnels des arts médiatiques

SOMMAIRE DE L'ATELIER

L'apport professionnel des intervenants culturels dans la production et la diffusion des arts médiatiques est déterminant dans l'essor de cette discipline. Bien qu'ils présentent souvent un haut niveau de compétences, ces travailleurs autonomes et employés d'organismes en retirent généralement peu de reconnaissance. Or, si les enjeux sont d'améliorer leur statut professionnel et de profiter au mieux de leurs compétences et de leurs expériences, comment valoriser concrètement leur contribution ? Parallèlement, quelles stratégies de soutien et d'intégration des jeunes professionnels devons-nous adopter dans nos centres d'artistes ?

De plus, au fur et à mesure de l'évolution de la discipline, des métiers professionnels maintenant dédiés aux arts médiatiques apparaissent dont ceux, par exemple, de commissaire, de spécialiste de la mise en espace ou d'agent d'artistes. Aujourd'hui, les commissaires indépendants sont des partenaires privilégiés dans le développement de nouveaux auditoires et la reconnaissance de nos créateurs. Les spécialistes de la mise en espace conçoivent un contexte pour la présentation des œuvres d'arts médiatiques et les agents d'artistes développent de nouveaux modèles de mise en marché et de promotion de la discipline. Dans cette logique, comment soutenir sans réserve le statut professionnel de ces nouveaux travailleurs en arts médiatiques ?

DÉVELOPPER LES RESSOURCES HUMAINES

Instaurer des mesures de valorisation des ressources humaines travaillant dans les centres d'artistes en arts médiatiques est essentiel à la consolidation et au développement de la discipline et des professions exercées. Les difficultés de recrutement de ressources de pointe et la faible capacité de rétention de la main-d'œuvre formée à l'intérieur de nos centres handicapent depuis trop longtemps l'équilibre et la performance des organismes du milieu. Si l'ensemble des centres doit examiner des solutions afin de mieux recruter et mieux retenir les employés nécessaires à l'essor de leurs centres, les bailleurs de fonds doivent également accroître le niveau de soutien au fonctionnement des centres d'artistes afin que ceux-ci puissent améliorer les conditions d'embauche et de rétention de leurs ressources humaines.

VALORISER L'APPORT DES PROFESSIONNELS

Le milieu des arts médiatiques québécois compte également sur l'apport de professionnels opérant en périphérie et travaillant ponctuellement avec les centres d'artistes. La plupart d'entre eux possèdent une formation universitaire de pointe ou des compétences probantes ; leur expertise a été et est au cœur de l'articulation et de la modulation des pratiques artistiques et organisationnelles des arts médiatiques. Leur contribution, quoique trop rarement soulignée, constitue un aspect essentiel de l'essor de la communauté des arts médiatiques et de la culture québécoise en général. Les conditions dans lesquelles ces professionnels exercent leurs fonctions sont, en contrepartie, précaires et peu reconnues, qu'ils agissent à titre de commissaire, de programmeur ou à d'autres postes contractuels liés à la présentation des œuvres ou à l'accompagnement des artistes. À titre d'exemple, la rémunération de ces professionnels, lorsqu'ils œuvrent dans des projets artistiques en arts médiatiques, est souvent inférieure à celle des autres contractuels régis par des conventions de travail tels les consultants en gestion, les traducteurs, les techniciens ou les relationnistes.

La valorisation des travailleurs culturels et des professionnels des arts médiatiques passe inévitablement par le milieu lui-même, qui doit leur offrir des conditions de travail à la hauteur non seulement de leurs compétences, mais également équivalant à leur contribution et leur apport aux arts médiatiques en dépit des conditions économiques difficiles qui règnent dans le milieu. L'instauration et le maintien de conditions de travail plus acceptables devraient être une priorité. Car, reconnaître ces expertises, c'est valoriser les arts médiatiques québécois dans leur ensemble.

LA CONTRIBUTION DES COMMISSAIRES

L'appréciation croissante des arts médiatiques et l'essor même de la discipline sont dus en partie au travail des commissaires spécialisés en arts médiatiques. Ces commissaires canalisent les savoirs et les activités de recherche-crédation des communautés des arts médiatiques lors de projets d'exposition ou dans leur programmation. Médiateur, ambassadeur, auteur, pédagogue, critique, relationniste, voire producteur indépendant, leur travail a un impact réel sur de multiples facettes de la présentation des œuvres au public. Leur apport a été essentiel dans la professionnalisation récente des conditions d'exposition et de présentation d'œuvres au Québec. Si cette contribution est reconnue au sein du milieu, les conditions de travail de ces professionnels demeurent précaires.

Pour reconnaître leur statut professionnel et le calibre de leur travail, il faudrait non seulement que les commissaires aient accès à des programmes de recherche, mais également que les conditions contractuelles de production et de présentation qui leur sont offertes soient à la hauteur de leur contribution et de leur capacité à répondre aux besoins de notre milieu.

Finalement, au-delà des conditions d'embauche et de la qualité des équipements culturels régissant actuellement le travail des commissaires indépendants, l'intégration à part entière de ce nouveau métier dans l'écologie du milieu est aujourd'hui incontournable.



Atelier de discussion. Christopher Hémain, photographe

2.3. ARRIMER LES PLATEFORMES ÉMERGENTES

La mutation permanente des technologies et des modes de transmission des contenus : enjeu critique ou chimère ?

SOMMAIRE DE L'ATELIER

La démocratisation des modes de transmission et de consommation des contenus multimédias favorise l'apparition de nouveaux auditoires. Certes, les plateformes émergentes donnent potentiellement accès à un plus vaste public, mais elles cultivent aussi de nouveaux paradigmes en matière de réception et de lecture des œuvres. Quelles sont les attentes de ces nouveaux publics ? De plus, comment les fidéliser à des contenus de création ?

Devant ce contexte en mutation permanente, les nouvelles plateformes de diffusion de contenus multimédias sont-elles garantes de l'avenir des arts médiatiques ou représentent-elles un simple apport technologique ? Est-ce qu'elles favorisent l'émergence de nouvelles formes de création ? Et offrent-elles l'occasion de diffuser en ligne des contenus réalisés pour d'autres supports ? Sont-elles une solution ou une chimère ? Par ailleurs, quelle sorte de vision et d'expertise faut-il pour développer des projets novateurs, qui tiennent compte de l'émergence des nouveaux modes de transmission, sans pour autant s'asservir à une technologie ?

CONNAÎTRE SON AUDITOIRE

Investir les nouvelles plateformes ou moduler l'architecture pour y intégrer de nouvelles plateformes propres au milieu des arts médiatiques québécois exige non seulement une bonne maîtrise des paradigmes informatiques et technologiques de ces nouveaux modes de diffusion, mais également de pouvoir appréhender, dans ses moindres facettes, le comportement qu'elles dictent à son auditoire.

Par ailleurs, on peut se demander si ces nouvelles plateformes développent réellement un nouvel auditoire ou si elles ne rejoignent pas le même public, mais différemment. Dans un contexte où les fonds disponibles pour la mise sur pied de nouvelles plateformes sont à la fois ponctuels et très limités, ces questions sont fondamentales. Par conséquent, le milieu doit avant tout étudier les retombées possibles pour la discipline et analyser les structures financières des modèles porteurs, notamment en ce qui concerne la diffusion de contenu. Une telle recherche exhaustive de faisabilité, d'impact et de la structure financière requise est nécessaire afin de mesurer l'incidence possible d'une telle plateforme sur l'accroissement réel de la diffusion de contenu et la capacité de rejoindre ainsi de nouveaux publics.



Le potentiel du milieu d'investir ces plateformes sera toujours tributaire de la qualité des ressources humaines dont il dispose. À savoir, des ressources professionnelles auxquelles les intéressés pourraient faire appel pour entreprendre la recherche et le développement de nouveaux mécanismes de livraison et de présentation de contenu indépendant ou pour tout simplement s'approprier les technologies de livraison existantes.

Nonobstant le bien-fondé de tels efforts ou la pertinence de s'y engager, les ressources financières dont le milieu dispose actuellement pour assumer les coûts d'accès de la bande passante ou pour recourir à une main-d'œuvre spécialisée sur une base récurrente, sont pratiquement inexistantes à court, moyen ou long terme. Autrement dit, même si le milieu franchissait tous les autres obstacles, assurer une pérennité à une telle entreprise requiert un très haut niveau de soutien financier récurrent à long terme. Sans une volonté politique affirmée de doter le milieu artistique des arts médiatiques d'une véritable vitrine en ligne performante et accessible, le développement d'un réel marché en ligne, en mesure de conquérir de nouveaux publics, semble encore hors de portée.

MAINTENIR SES VALEURS

Ces nouveaux modes de diffusion de contenu façonnent de nouveaux comportements et créent de nouvelles attentes auprès des différents auditoires. L'accès au contenu libre de droits demeure le leitmotiv dominant, peu favorable aux ayants droit. Les grandes coporations média, qui mettent en ligne des interfaces de diffusion offrant du contenu dont l'accès est libre de droits et sans rétribution aux créateurs dans un but promotionnel conditionnent les auditoires à percevoir toutes les œuvres comme libres de droits. Il serait périlleux et onéreux pour le milieu de développer et opérer des plateformes sur un mode similaire, étant donné qu'une des valeurs les plus fondamentales du milieu est celle de la reconnaissance des droits d'auteur. Rappelons qu'à l'exception de la diffusion d'extraits promotionnels de films et de vidéos dont les durées sont établies, le milieu des arts médiatiques québécois et canadiens demeure un des seuls où le paiement des droits de diffusion et le respect des droits d'auteur sont des valeurs fondamentales et inaliénables, difficilement conciliables avec un contenu libre de droits.

LE WEB, UNE AIRE VITALE

Dès l'émergence des premiers outils Web et la communication IP, le milieu a été proactif à se les approprier à des fins artistiques et à se constituer une culture propre de communication en réseaux. Aujourd'hui, pour des raisons économiques et d'efficience, la communication par Internet est devenue l'un des principaux outils de

promotion de la discipline. De plus, ces outils ont toujours été vus comme de formidables ressources pour archiver et documenter le travail des artistes québécois des arts médiatiques, non seulement dans un but historiographique, mais surtout pour soutenir l'interprétation et la médiation de la discipline auprès des publics. Alors que certains centres développent des modèles ou des solutions Web propres, les fonds consacrés à l'archivage et à la médiation par le biais du Web demeurent insignifiants. Pour le milieu, les nouvelles ressources Web offrent un lieu tout naturel pour héberger l'information, réaliser la médiation permanente et devenir un point d'ancrage international du savoir et du savoir-faire des artistes et des centres.

Malheureusement, les bailleurs de fonds sont peu sensibles à ce besoin et semblent mal comprendre l'importance de cette démarche et les retombées qu'elle peut engendrer.

DÉVELOPPER DES PLATEFORMES POUR UN PUBLIC CIBLÉ

La majorité des œuvres issues des arts médiatiques rejoignent leur public dans des salles de projection ou d'exposition. Cette rencontre collective ou individuelle induit une relation plus ou moins intime et tangible entre le spectateur et l'œuvre. L'appréciation de l'œuvre s'actualise dans cette relation que le spectateur ou un groupe de spectateurs établit avec une image, un son ou une mise en contexte multisensorielle et spatiale. Les nouvelles plateformes, dédiées exclusivement à la diffusion virtuelle, sont et seront possiblement toujours un véhicule secondaire. Par contre, elles peuvent devenir très utiles pour atteindre des publics spécialisés et en sensibiliser de nouveaux, tels les milieux universitaire et scolaire ou encore certains publics loin des centres de production ou de diffusion.

Il s'agit, cependant de se rappeler que s'approprier les nouvelles plateformes ou s'investir dans de telles initiatives afin de constituer des espaces de diffusion Web dans le cadre de médiathèques virtuelles nationales exige des ressources spécialisées considérables et du financement récurrent à long terme. Les ressources humaines requises pour construire et maintenir des interfaces correspondant à la livraison du contenu des artistes et d'organismes d'ici, les ressources techniques capables de fournir la bonne vitesse de bande passante et des lieux d'hébergement ou l'implantation d'un système de redevances représentent autant d'étapes complexes et onéreuses. Nonobstant le potentiel qu'offrent les nouvelles plateformes en matière de développement des publics, de promotion de la discipline, de diversification des revenus, le lieu d'exposition, la salle de projection ou de concert demeurent à ce jour les espaces privilégiés pour la rencontre entre l'artiste des arts médiatiques et son public car la présentation de plusieurs types d'œuvres d'arts médiatiques se prête difficilement à de nouvelles plateformes.

2.4. CADRE ET ENVIRONNEMENT ORGANISATIONNELS

Nos modèles organisationnels sont-ils à réinventer ou à perpétuer ?

SOMMAIRE DE L'ATELIER

Les modèles organisationnels québécois, tels qu'appliqués aux organismes artistiques, ont pour origine l'autogestion et le milieu coopératif des années 1970. Bien que cette culture historique singulière ait participé certes à l'effervescence des arts médiatiques, ces modèles sont-ils toujours adaptés aux besoins des artistes, à la diversité des pratiques et aux mutations en cours ? Sont-ils à réinventer, à revisiter ou à perpétuer ?

Dans ce même ordre d'idées, comment intégrer les nouvelles initiatives organisationnelles dans les programmes de fonctionnement ? Parallèlement, les organismes établis ont-ils tous un droit inaliénable à la pérennité ? Comment concilier les attentes légitimes des organismes émergents et les exigences spécifiques de consolidation des organismes établis quand les fonds dédiés sont en baisse ou saturés ? Quelles mesures préconiser pour mieux équilibrer cette écologie précaire, tout en s'assurant que les centres accomplissent leur mission première et fondamentale - celle d'accompagner l'artiste dans sa démarche ? Enfin, quelle est la responsabilité des centres quant à l'actualisation de leur culture organisationnelle ?

LE CENTRE D'ARTISTES

Les modèles de centres d'artistes en arts médiatiques sont, pour la plupart, calqués sur des modèles développés en arts visuels ou au sein des coopératives communautaires des années 1970. Ils ont été adaptés par la suite aux besoins spécifiques des communautés du cinéma, de la vidéo ou des nouveaux médias. Même si les besoins des créateurs se transforment à cause de l'évolution des technologies et du développement rapide des outils, certains centres éprouvent davantage de difficultés à implanter les changements requis pour rester en diapason avec leur communauté. Cela étant dit, la pertinence du centre d'artistes demeure essentielle aujourd'hui dans l'écologie de la discipline, comme pierre angulaire entre l'artiste, son milieu et son public, ce pourquoi l'actualisation de leurs façons de faire est si nécessaire.

Car, un centre d'artistes est d'abord et avant tout un regroupement de pairs qui partagent des valeurs et des intérêts communs, une communauté d'esprit qui construit son modèle de gestion et d'opération quotidienne en s'inspirant d'un mandat et d'une vision qui lui sera toujours intrinsèquement spécifique.



Par conséquent, le rôle d'un centre est de développer, offrir, maintenir et renouveler des ressources pour la communauté qu'il dessert. Si la pertinence et la valeur de la contribution d'un organisme se mesurent à cette spécificité, c'est-à-dire à la qualité des ressources offertes par rapport aux valeurs et intérêts communs, on doit surtout tenir compte de l'incidence réelle de ces apports sur le milieu desservi.

LES NOUVELLES INITIATIVES

Les nombreuses communautés d'artistes des arts médiatiques, regroupées sous différentes pratiques, genres, appartenances culturelles, situations géographiques ou régionales, sont en mutation constante. Le contexte évolutif de la création dans la discipline des arts médiatiques est inhérent au processus même, imposant des reconfigurations continues. De nouvelles communautés électives, qui se réunissent et inscrivent leurs différentes pratiques dans ce paysage, apparaissent en même temps qu'un mouvement de réalignement chez les centres existants. Pour les centres d'artistes, cette mouvance suscite des pressions constantes sur leur propre modèle organisationnel et sur leur mode d'apport à la discipline.

Les ressources et les structures de soutien à la création dans les centres d'artistes peuvent connaître un certain décalage avec les attentes et les besoins des créateurs, alors que leurs besoins évoluent aussi rapidement que les technologies qu'ils favorisent. La pertinence de certaines structures d'accompagnement diminue et certaines deviennent, à la limite, désuètes. Parfois, ces structures se prêtent difficilement à une réactualisation, tant elles sont ancrées dans une culture organisationnelle qui n'a plus cours. Devant une telle situation, la capacité d'un centre d'inscrire une nouvelle direction organisationnelle à sa mission est désormais essentielle au maintien de l'effervescence de la discipline et de l'adhésion des artistes aux centres.

Dans l'écologie des arts médiatiques, bâtie de communautés aux affinités électives, il importe de reconnaître et même d'encourager une complémentarité des centres et de soutenir ces diversités lorsque l'apport a une réelle incidence sur la communauté desservie. Il est certes nécessaire de consolider des structures organisationnelles fortes. Il est tout aussi nécessaire de pouvoir se délester d'organisations moins pertinentes. Ceci permet de maintenir le renouvellement des pratiques et de s'assurer que les nouvelles initiatives organisationnelles ou les nouvelles communautés électives, qui se dotent d'un modèle organisationnel viable alternatif, pourront avoir accès à un soutien récurrent afin de développer de nouvelles ressources pour les créateurs.

RECENTRER

Le renouvellement ou la réactualisation des centres passe par un examen constant de leur vision organisationnelle, des services qu'ils offrent et des besoins de leurs communautés respectives. Cette exigence d'engager en permanence une démarche d'autoanalyse, d'autodiagnostic et d'adaptation au changement fait partie des nouvelles réalités des centres au 21^e siècle. Le défi principal des centres est davantage lié aux enjeux d'adaptation et d'ouverture aux changements, tant au niveau des outils que des processus de création artistique et des valeurs. L'incitation à la consolidation financière ou au développement de modèles de gouvernance privilégiés par les bailleurs de fonds n'aborde pas l'essentiel du problème.

Le développement d'une culture de gouvernance appropriée aux arts médiatiques est devenu essentiel à l'intérieur même des centres. Plusieurs conseils d'administration opèrent sur des modes organisationnels souvent désuets ou calqués sur des modèles issus d'autres champs d'activités. Ces modèles sont souvent mal adaptés à la réalité quotidienne des centres : les centres souffrent régulièrement de sous-effectifs salariés et les artistes ont de moins en moins de disponibilité pour assumer pleinement le mandat d'administrateur. Par ailleurs, ces modèles s'appuient trop largement sur le bénévolat des administrateurs.

Si les partenariats ou une forme d'association entre les centres sont souhaités par les bailleurs de fonds, le mode de répartition et de gestion des fonds alloués au fonctionnement des centres constitue le premier obstacle à une concrétisation de partenariats, de partage de compétences ou de fusions possibles. Mais, si la discussion sur le partenariat revient constamment, c'est en partie dû au fait que des mécanismes viables de maillage, de partenariat ou d'association n'ont pas encore été établis ou que ceux qui existent contiennent des incompatibilités non résolues.

Néanmoins, les centres initient et développent des protocoles d'échanges, des ententes de réciprocité ainsi que des collaborations ponctuelles de leur propre chef depuis plusieurs années. Ces démarches respectent davantage l'écologie et les besoins des centres, car elles tiennent compte de la spécificité et de la complémentarité de chaque partenaire et, la plupart du temps, font preuve d'une saine gestion dans leur exécution.

Toute démarche de mise en commun de ressources pour des motivations financières ou par souci d'efficacité devrait dorénavant d'abord viser le renforcement de la spécificité de chacun des centres impliqués afin d'offrir des ressources mieux adaptées aux besoins des artistes ou de la communauté desservie.

Si de telles initiatives peuvent éviter le dédoublement de services et offrir un meilleur rendement, la préservation de la complémentarité des ressources demeure une valeur inaliénable du milieu, à la source même de l'excellence des centres d'artistes en arts médiatiques au Québec.

2.5. ÉVÉNEMENTS ET MANIFESTATIONS

Se doter d'événements d'envergure récurrents ou développer les manifestations existantes au Québec

SOMMAIRE DE L'ATELIER

Les réseaux de diffusion et d'échanges sectoriels porteurs tels que les manifestations et événements internationaux développent de nouveaux publics, contribuent au ressourcement du milieu, tout en accroissant la notoriété internationale de l'ensemble de la communauté des arts médiatiques. Dans cette perspective, quelles approches déployer pour engager les quatre pratiques dans la mise en œuvre de vitrines favorisant la reconnaissance de nos œuvres, de nos artistes et promouvoir, ainsi, durablement la discipline ?

Puisque les événements internationaux révèlent la singularité et l'excellence d'une discipline artistique, comment concevoir de nouveaux projets, de nouvelles initiatives ou bonifier des manifestations déjà existantes ? Tenant compte de cette problématique, quelles stratégies et quelles structures adopter pour favoriser l'organisation ou la consolidation d'événements d'envergure en arts médiatiques ?

MANIFESTATIONS

Manifestement, les festivals et les événements d'arts médiatiques sont des pôles incontournables pour l'effervescence des différentes communautés de créateurs. Le nombre, la qualité et la spécificité des festivals québécois témoignent de l'importance de ces événements dans la dynamique du milieu.

Plus que de simples forums d'échanges, les festivals constituent d'abord des lieux de rencontres entre créateurs issus d'une même communauté. Ils sont également les témoins privilégiés des expressions d'une communauté qui présente son travail aux divers publics. Les festivals deviennent une vitrine de la recherche-crédation de pointe, un outil inégalé de médiation culturelle et un tremplin de rayonnement de notre culture des arts médiatiques vers le monde.



S'ils offrent des occasions de rayonnement, de réseautage et de rencontre avec des publics acquis et nouveaux, la majorité de ces événements souffrent de leurs moyens financiers limités. Cette réalité rend difficile une mise en marché efficace, surtout dans les grands centres urbains, où l'offre culturelle est saturée. La récurrence des événements de diffusion constitue l'élément charnière qui permet aux festivals de se bâtir une notoriété, d'accroître leur visibilité, de fidéliser ou de développer un public et, finalement, d'inscrire leur présence dans la sphère publique par le biais des médias à long terme.

Or, si la récurrence est nécessaire pour construire une notoriété autour des festivals, les événements de type ponctuel contribuent aussi, grâce à leur contenu et leurs thématiques d'avant-garde, novateurs ou émergents, à réussir un travail de rayonnement notable de la discipline en plus d'agir à titre de révélateurs d'idées, de contenus, de talents ou de concepts de diffusion inédits.

Par conséquent, bien qu'il importe de consolider les événements et les festivals reconnus par un soutien récurrent équivalent à leur apport, il est aussi essentiel d'assurer un soutien signifiant aux nouvelles initiatives ponctuelles.

SOUTENIR L'EXCELLENCE

Les grilles d'évaluation des événements ponctuels et récurrents en arts médiatiques sont à revoir pour actualiser certains paramètres. Car si la notoriété et la fréquentation demeurent sans conteste des éléments justifiés d'appréciation, la qualité de la programmation, la présentation des œuvres et la contribution au développement de la discipline doivent peser davantage dans l'évaluation. De plus, si la représentativité régionale constitue désormais un élément important de l'évaluation, elle ne suffit pas à elle seule. Il faut également tenir compte de la qualité de l'événement, aussi spécifique soit-il, si l'on souhaite l'existence continue, réussie et rassembleuse de tels événements en région. Tout en tenant compte des mandats, des communautés ou des points de vue distinctifs dans l'appréciation, il faut surtout reconnaître et soutenir la capacité des événements à susciter une rencontre conviviale et dynamique entre les membres de leur communauté nationale et internationale et le grand public.

TREMPAINS ET RÉSEAUTAGE

Bien que les festivals doivent proposer des rencontres et une programmation rejoignant leurs publics ciblés, un effort additionnel devrait être engagé afin d'accueillir les publics spécialisés de l'international. De telles vitrines

peuvent agir comme autant de tremplins pour les artistes d'ici vers l'étranger et instaurer une culture de réciprocité de la circulation d'œuvres et d'artistes sur le circuit international. Pour ces raisons, de tels modèles d'échanges, de partenariat, voire de convergence et de réciprocité, seraient à privilégier au niveau de la mise en marché et de la promotion dans le cas de plusieurs événements d'arts médiatiques et faire l'objet d'un soutien particulier et récurrent.

Le soutien des événements et des manifestations sur tout le territoire est une valeur à défendre en soi. La mise en place de certaines balises offrirait potentiellement des garanties que tant les publics que les artistes auraient les mêmes occasions de rencontres et d'échanges à travers des programmations qui reflèteraient mieux l'excellence de la production d'arts médiatiques au Québec. Par ailleurs, l'étendue du territoire combinée à la dispersion de la masse critique hors des grands centres ou des pôles désignés nuisent à la circulation des œuvres issues des arts médiatiques à travers le Québec. Une action coordonnée, grâce à une table de concertation des organismes de diffusion et des bailleurs de fonds par exemple, favoriserait les partenariats porteurs et valoriserait la spécificité des événements en conjuguant grands événements et manifestations ponctuelles.



Atelier de discussion. Christopher Hémain, photographe

2.6. DISTRIBUTION D'ŒUVRES INDÉPENDANTES

Repenser nos modèles de distribution auprès des différents marchés et publics

SOMMAIRE DE L'ATELIER

À l'extérieur du milieu de la création des arts médiatiques, les œuvres indépendantes sont souvent perçues comme des produits de niche ayant un public acquis, bien que plus modeste. Or, pour rejoindre leurs publics et en rallier de nouveaux, ces œuvres requièrent un nombre suffisant d'écrans et d'espaces physiques. Par ailleurs, si nos œuvres sont des produits spécialisés possédant la plus-value qu'est la créativité, des actions et des outils différenciés de mise en marché sont requis. Avons-nous la capacité d'engager des démarches spécifiques pour nos produits ? Faut-il toujours espérer atteindre le grand public et les marchés de consommation culturelle de masse ? Comment repenser nos modèles traditionnels de distribution auprès des différents marchés et publics ?

Dans cet environnement marqué par peu de débouchés lucratifs, une fragmentation de l'auditoire et un changement radical des modèles de mise en marché, la distribution d'œuvres s'essouffle. Quels rôles les organismes de distribution devraient-ils jouer et comment pourraient-ils mieux servir l'artiste et ses publics dans le cadre des enjeux actuels ? Au final, les structures traditionnelles garantissent-elles une meilleure aide à la distribution de l'œuvre ou à la carrière de l'artiste ?

DISTRIBUTION VERSUS DIFFUSION

Nos modèles de distribution sont calqués sur des modèles traditionnels issus de l'industrie du cinéma orientés vers un marché de masse alors que, dans l'industrie même, ces modèles sont aujourd'hui en péril. Les quelques marchés secondaires lucratifs dont celui des réseaux scolaires, investis autrefois avec succès par les distributeurs d'œuvres indépendantes québécoises, sont disparus, principalement à cause du manque de budgets dédiés à l'acquisition des œuvres. Les marchés anticipés ou souhaités que constituent des chaînes de télévision publiques ou privées demeurent marginaux ou inexistants. Finalement, des acquisitions importantes par des institutions muséales tardent toujours.

En l'absence d'un véritable marché ou de la capacité de générer des revenus autonomes récurrents pour les œuvres indépendantes d'auteur, nos organismes de distribution ont toujours peiné à développer des modèles viables de distribution, de mise en marché ou de développement des marchés et, donc, à fidéliser une masse critique pérenne composée d'un public, amateur de leurs produits. S'il y a eu par le passé plusieurs projets

qui laissaient entrevoir un potentiel certain de réussite, la plupart ont finalement été abandonnés faute d'un financement récurrent. À travers ces initiatives ponctuelles, les distributeurs d'œuvres indépendantes québécoises ont misé sur un autre type d'intervention pour disséminer les titres dans leurs catalogues - la diffusion.

La diffusion d'œuvres indépendantes est devenue l'activité principale de la majorité des organismes de distribution afin d'assurer la notoriété de l'artiste et le rayonnement de la discipline en premier lieu et, par la suite, de gagner de nouveaux auditoires. Par ailleurs, les activités diverses de médiation fréquemment incluses dans les projets de diffusion permettent de sensibiliser le public aux œuvres qui sont privées d'une présence sur les écrans des salles de cinéma et des réseaux de télévision.

INVESTIR DANS LA PRODUCTION D'OUTILS D'INTERPRÉTATION

La seule approche pour assurer un tant soit peu la viabilité du mandat des distributeurs québécois commande aujourd'hui des actions très ciblées et segmentées de mise en marché pour chaque pratique, voire pour chaque œuvre. Cependant, la structure administrative et le mandat de certains de ces organismes exigent qu'un service soit rendu à un bassin de membres ou à un ensemble de créateurs dont les œuvres constituent leur catalogue. L'implantation de mécanismes et de stratégies de promotion et de mise en marché sur mesure pour les œuvres devient donc difficile, sinon impossible, faute de ressources. De plus, l'absence de fonds pour la production de documents et d'outils d'interprétation rend illusoire la capacité des distributeurs de pénétrer les marchés existants ou de développer de nouveaux marchés.

QUATRE PRATIQUES ET DE MULTIPLES GENRES

La discipline des arts médiatiques regroupe quatre pratiques ayant certaines affinités et des besoins communs, mais lorsque l'on traite les questions de la mise en marché et de la distribution, ces pratiques sont résolument distinctes. Chaque pratique, et dans certains cas, chaque sous-pratique évolue dans un marché qui lui est particulier, autant au niveau de la diffusion, qu'au niveau du rayonnement et de la promotion des œuvres. Par conséquent, les distributeurs sont appelés, soit à se spécialiser, soit à développer différents modes d'opération et à cultiver des réseaux propres aux types d'œuvres distribuées par leurs organismes. De plus, chaque pratique ou chaque genre n'a pas eu dans le passé accès aux mêmes ressources à cause de l'asymétrie des programmes de financement public pour les organismes de distribution, l'absence d'injection de nouveaux fonds dans ce secteur d'activité et, finalement, l'incapacité des bailleurs de fonds de reconnaître à la fois la diversité des modèles requis et l'évolution des modèles.



Si on reconnaît la spécificité des pratiques et la particularité des genres cinématographiques, il importe également d'étendre cette reconnaissance à la juste répartition des sommes allouées à cette activité de la part de tous les bailleurs de fonds.

FICELER LES RÉSEAUX

La distribution réussie repose sur la création et le maintien de réseaux de contacts et d'échange d'information, mais aussi grâce à des actions soutenues de diffusion, quelle qu'en soit la pratique. Ces réseaux nationaux et internationaux que l'on cultive deviennent en quelque sorte les grandes portes donnant accès aux publics élargis. Au Québec, malgré le fait que des réseaux structurés existants sont déjà investis par les organismes de distribution et de diffusion, cette pénétration est sommaire et ponctuelle. La majorité des réseaux couvrant le territoire actuellement est issue des arts visuels : les centres autogérés d'exposition, les musées régionaux, les galeries universitaires ou collégiales et les maisons de la culture. Le cinéma indépendant d'auteur, grâce au réseau important développé par l'Association des cinémas parallèles du Québec, Réseau Plus, et les quelques trop rares ciné-clubs, est la seule pratique en arts médiatiques qui possède un tel réseau dédié. Par ailleurs, le fait que les points du réseau se situent surtout en région, il est important de soutenir et de nourrir ces initiatives locales pour consolider les réseaux interrégionaux afin d'accroître la visibilité des œuvres de création québécoise sur l'ensemble du territoire. Il est aussi important pour la discipline de se doter de lieux propres à la présentation des œuvres des trois autres pratiques d'arts médiatiques.

ACTIONS CONCERTÉES

La distribution d'œuvres indépendantes est à un carrefour historique. L'avènement de nouveaux modes de communication, de diffusion multiplateforme et des nouvelles attentes des publics bouleversent la notion même de la distribution traditionnelle, tout en ajoutant un obstacle de taille. Plusieurs solutions en matière de restructuration des modèles de développement de nouveaux marchés ou d'auditoires existent, bien que la plupart soient hors d'atteinte pour notre milieu. D'autres, qui emploient des stratégies de pénétration de marchés sous forme de démarche collective ont déjà été mises en œuvre de manière ponctuelle et ont connu un certain succès.

Cependant, le défi de concevoir et d'adopter des outils de représentation collective permettant de développer de nouvelles stratégies d'intervention communes qui respectent les spécificités des différentes pratiques d'arts médiatiques et des genres cinématographiques demeure entier, quoique faisable si tous les intervenants

manifestent la volonté de se pencher sur des solutions d'actions collectives viables. Une approche collective bien menée pourrait, entre autres, répondre à l'un des objectifs du rayonnement de la discipline, celui d'accroître l'acquisition d'œuvres par les institutions publiques. Un tel effort stimulerait aussi le développement et la portée d'une politique d'accessibilité du grand public, du public étudiant et des publics spécialisés tant nationaux qu'internationaux aux œuvres d'arts médiatiques québécoises.



Atelier de discussion. Christopher Hémain, photographe

JOUR III :: LE RAYONNEMENT : SE FAIRE CONNAÎTRE ET RECONNAÎTRE

3.1. S'INSCRIRE DANS L'IMAGINAIRE DU PUBLIC

Sensibiliser le public aux arts médiatiques et transmettre les savoirs et les valeurs du milieu

SOMMAIRE DE L'ATELIER

Alors que les auditoires se fragmentent et que, parallèlement, nos propositions artistiques se raffinent, une vision structurante du développement des publics s'impose tout autant que la conception d'une véritable politique de médiation culturelle à long terme. Inscrire durablement les arts médiatiques dans l'imaginaire collectif signifie entreprendre une vaste concertation avec les partenaires gouvernementaux locaux, nationaux et fédéraux.

Il est tout aussi important d'amorcer des actions au sein du milieu scolaire des niveaux secondaire et collégial, souvent peu conscient de l'existence même de nos centres et de nos artistes. L'enjeu est de créer une forte synergie au niveau de l'enseignement, contexte incubateur propice aux valeurs et savoir-faire développés par nos créateurs, nos centres, nos institutions culturelles et nos organismes publics. Ce faisant, œuvrer à la transmission d'une identité et d'un patrimoine artistique et léguer ainsi un savoir aux prochaines générations d'auditeurs, de spectateurs et de consommateurs, et même d'artistes ou de travailleurs culturels.

LA MÉDIATION DES ARTS MÉDIATIQUES

Bien que certaines disciplines aient déjà mis en place et rodé des outils et des modes d'accompagnement, d'éducation artistique ou de mise en relation avec le public, les arts médiatiques tardent à investir ce type d'activités. Si plusieurs initiatives de médiation issues du milieu sont couronnées de succès, les moyens d'inscrire une récurrence à ce type d'activités manquent aux organismes de diffusion en arts médiatiques. Certains fonds sont disponibles, mais exclusivement dans le cadre de programmes de subventions ponctuelles alors que la médiation culturelle est un travail continu et de longue haleine. De plus, pour mener à bien les activités de médiation/éducation des arts médiatiques, il est souvent nécessaire de recourir à des ressources humaines spécialisées.

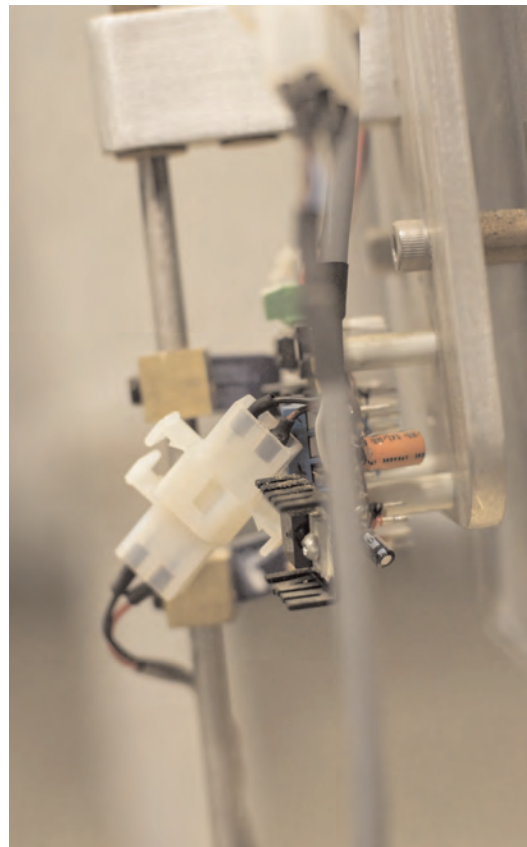
La médiation de la discipline demeure une importante préoccupation du milieu, à titre de stratégie viable de familiarisation du public aux arts médiatiques et de visibilité dans la sphère publique. Cependant, outre les

projets ponctuels, la plupart des bailleurs de fonds estiment que ce type d'activités doit relever des activités régulières, donc être assumé par les ressources financières déjà allouées dans le soutien au fonctionnement. Or, le niveau actuel des ressources financières octroyé au soutien au fonctionnement comble à peine les opérations quotidiennes !

ARTS ET MILIEU SCOLAIRE

Les organismes d'arts médiatiques et les commissions scolaires ont peu de ressources humaines et financières pour développer des projets communs. C'est possiblement une des raisons pour laquelle les deux milieux se connaissent trop peu et souvent très mal pour être en mesure de développer les visions communes nécessaires

à la mise sur pied de projets porteurs pour les deux parties. Aussi, les conseils d'établissement montrent peu d'ouverture en partie parce que le milieu des arts médiatiques leur est tout simplement inconnu et ne se trouve même pas sur la liste des activités artistiques parascolaires du ministère. Dans un tel contexte, établir des réseaux pérennes pourrait réussir seulement si le milieu des arts médiatiques s'investit dans des actions de familiarisation et de représentation dans les milieux scolaires. Cette situation semble symptomatique d'un plus grand problème de la discipline, celui de pénétrer trop peu les sphères publiques et de travailler dans l'ombre des disciplines traditionnelles. L'inscription des arts médiatiques dans l'imaginaire du public passe aussi par un travail de fond sur de nouveaux terrains, dont celui du milieu scolaire dans lequel on retrouve les futurs auditoires.



3.4. IMAGES ET LIEUX

Briser l'isolement, consolider le rayonnement et la diffusion des œuvres et soutenir la circulation en région

SOMMAIRE DE L'ATELIER

Pour relier les communautés d'artistes des arts médiatiques, où qu'elles soient, tout repose sur le partage d'informations, le réseautage et la diffusion des œuvres entre les intervenants. Ainsi naissent et se développent les réseaux de circulation durables... Mais comment briser l'isolement ? Comment améliorer de façon pérenne la circulation des œuvres et des artistes sur l'ensemble du territoire ?

Aujourd'hui, les arts médiatiques jouissent d'une grande popularité, notamment en région et chez les artistes autochtones. Quelles mesures affirmatives seraient à adopter en collaboration avec les institutions culturelles ou autochtones locales et nationales pour consolider la création en région ? Comment alors baliser les axes de collaboration avec tous les partenaires régionaux ? Quelles actions collectives faudrait-il mettre en œuvre pour assurer le rayonnement continu de l'artiste des arts médiatiques au Québec ?

ROMPRE L'ISOLEMENT

Par le passé, les moyens de production et de diffusion étaient situés presque exclusivement dans les grands centres, sinon regroupés dans quelques lieux à l'extérieur de Montréal. Aujourd'hui, de nombreuses initiatives dans plusieurs régions établissent les ponts dynamiques de la production cinématographique et des nouveaux médias à l'extérieur des deux grands pôles que sont Montréal et Québec. On assiste à l'émergence d'une nouvelle ère de la production des arts médiatiques québécois, ce qui est fort encourageant. Nonobstant cette nouvelle effervescence sur le territoire, ces pôles régionaux, aussi dynamiques soient-ils, demeurent isolés les uns des autres et des grands centres. Il importe alors de consolider les activités de production et de diffusion en région dans une stratégie globale qui inclut la diffusion et la circulation des artistes et des œuvres sur l'ensemble du territoire. Car, l'émergence de nouveaux réseaux de circulation et d'échange, ceux-ci demeurent circonscrits et assez fragiles. S'assurer que ces activités de circulation soient multidirectionnelles (des centres vers les régions, des régions vers les centres et interrégionales) à la grandeur du territoire serait leur garantir une pérennité au-delà de l'aléatoire des subventions ponctuelles ou régionales. Pour briser cet isolement, lequel continue de préoccuper les intervenants, toute démarche en ce sens doit assurer le développement ou le renforcement des espaces de présentation, le soutien des échanges et des prospections interrégionales et l'instauration des outils d'accompagnement pour les artistes et d'interprétation pour le public.

AXES DE DÉVELOPPEMENT ET DE CONSOLIDATION INTERRÉGIONAUX

Le développement des activités de diffusion et de production en région dépend inévitablement de l'efficacité des réseaux existants et de l'apport dynamique de nouveaux réseaux. Le piètre financement de la majorité des réseaux, notamment ceux de diffusion, compromet non seulement la qualité de la présentation, mais aussi la promotion des œuvres et le développement des activités d'interprétation ou de sensibilisation. Il a également des répercussions concrètes sur les conditions financières accordées aux artistes, programmeurs et commissaires, que ce soit pour couvrir leurs déplacements d'une région à l'autre lors de la présentation de leur travail ou tout simplement les cachets versés. Or, la base d'un développement durable de ces réseaux est étroitement liée à la capacité d'assurer des rencontres entre des artistes, des intervenants et le public pour garantir que les activités de proximité soient au cœur des démarches du réseautage lors des activités de diffusion. De telles occasions de rencontres et d'échanges devraient être soutenues en priorité, par le biais de programmes d'aide qui reconnaissent le juste coût des déplacements et du réseautage interrégionaux offerts aux artistes ou aux intervenants lorsqu'ils se déplacent de région en région. Un appui significatif aux réseaux de diffusion et aux activités de réseautage interrégional est primordial pour l'essor de la pratique des arts médiatiques en région sur l'ensemble du territoire, pour garantir le dynamisme de toutes les pratiques en arts médiatiques et pour développer des publics sur tout le territoire.



Vue partielle, installation de Sofian Audry. Christopher Hémain, photographe.

3.5. INVESTIR L'INTERNATIONAL

Assurer une visibilité à long terme des arts médiatiques et de nos artistes hors de nos frontières

SOMMAIRE DE L'ATELIER

La diffusion internationale est depuis toujours une composante majeure du rayonnement et du développement des arts au Québec. Assurer aux arts médiatiques une visibilité appropriée et récurrente hors frontières est donc essentiel à son rayonnement. Car, si les œuvres québécoises sont souvent vues et reconnues à l'étranger, peu d'artistes acquièrent en retour une véritable notoriété internationale. Comment alors consolider le rayonnement de l'artiste dans les réseaux internationaux et inscrire une présence autre qu'évanescence sur les écrans, lors des événements et dans les lieux de diffusion à l'étranger ?

L'absence de concertation, de coordination entre les instances publiques ou encore de programmes dédiés à la diffusion internationale, contrairement à d'autres disciplines, signifie des démarches sporadiques sans cohésion et, trop souvent, sans portée réelle. Dans ces conditions, quels types d'outils, de leviers et de programmes privilégier sur le long terme pour appuyer la carrière internationale de nos artistes et œuvrer au développement et au maintien de nos réseaux ?

TREMPAINS VERS L'INTERNATIONAL

Comparativement à la petitesse du marché intérieur et des publics répartis sur une grande étendue géographique, le Québec compte un nombre important d'artistes en arts médiatiques. Des structures d'enseignement accessibles, un système de soutien à la création, des réseaux de centres d'artistes émergents et établis, des événements de diffusion, les infrastructures particulières du milieu québécois des arts et de la culture engendrent un développement créatif exceptionnel. Cependant, pour qu'un artiste s'accomplisse, ses œuvres doivent être vues par un large public et commentées par les médias, au-delà des frontières. Malheureusement, la réalité de la majorité des artistes en arts médiatiques est tout autre. Ils souffrent d'un manque criant de visibilité sur la scène publique, tout comme leurs œuvres sur la scène internationale. Les quelques succès obtenus par certains artistes ou par certaines œuvres malgré de ces obstacles démontrent par ailleurs que ce n'est pas la qualité du travail des artistes qui est responsable des difficultés du rayonnement à l'international.

Les artistes ou les organismes voués aux arts médiatiques qui promeuvent leur travail disposent de trop peu d'outils et de ressources pour réussir à soutenir leur présence dans des salles étrangères ou encore poursuivre

un plan de développement sur ces marchés. Ils ont encore moins de moyens pour intégrer et nourrir des réseaux ou tisser des liens durables avec des organismes pairs à l'étranger. Malgré le succès avoué de certains programmes, notamment les bourses de déplacement ou les subventions de voyage à l'intention des artistes, les retombées demeurent ponctuelles et éphémères et nettement en-deça des attentes.

Il est reconnu que la présence de l'artiste est jugée nécessaire pour la présentation de ses œuvres à l'international. L'apport d'un soutien promotionnel de professionnels ou d'intervenants sur les lieux ou par le biais de matériel d'interprétation l'est tout autant, pour appuyer cette démarche et l'ancrer dans une perspective à long terme.

Un accompagnement porteur de l'artiste comprend des outils de mise en marché et des mesures qui maximisent l'impact de la présentation de son œuvre. Des outils d'interprétation et de promotion agissent en amont et en aval (publications, DVD, site Web), préparent et entretiennent une présence. Tout comme des mesures commerciales, diplomatiques et, finalement, des actions de relations média produisent les résultats qui seront alors tangibles et plus facilement mesurables. Dans certains cas, cet accompagnement devrait faire appel à un soutien appuyé d'un distributeur ou d'un commissaire pour mieux mettre en contexte la présentation d'une œuvre ou d'un artiste. Aujourd'hui, faire face à la spécialisation des marchés internationaux ou investir l'international exige une démarche concertée, des outils et des programmes récurrents ciblés qui disposent de fonds nécessaires pour entreprendre des actions adéquates de promotion, de distribution et de mise en marché. Le développement du rayonnement de la communauté québécoise des arts médiatiques exige que soit reconnue l'importance de ces déplacements à l'instar des autres disciplines artistiques. Dédier de nouvelles ressources afin de diversifier et de perfectionner l'accompagnement de l'artiste et de son travail, c'est surtout entretenir sa présence dans les réseaux étrangers et l'épanouissement des arts médiatiques québécois à l'international.

LE PALIER POLITIQUE ET L'INTERNATIONAL

Une volonté politique orientée vers le rayonnement à l'international des arts médiatiques et le soutien de ces marchés serait nécessaire pour engager une démarche conjointe et symbiotique des paliers gouvernementaux provincial et fédéral. À l'image d'autres disciplines artistiques, créer un mécanisme ou un organisme qui chaufferait la diffusion internationale serait un atout à considérer pour consolider et accroître la visibilité de nos artistes à l'étranger. Cette solution permettrait d'outiller les structures politiques (délégation et consulat) à l'étranger pour qu'elles puissent contribuer de manière probante à la mise en marché, la promotion et le rayonnement des activités du milieu à l'étranger.

On constate malheureusement que l'apport des délégations québécoises est trop souvent nul ou minime lors des efforts de pénétration des réseaux à l'international., ce qui nuit aux efforts de pénétrer les réseaux international de manière durable.

Au fédéral, la situation est pire, les fonds et les ressources humaines dédiés aux arts et à la culture, autrefois actifs dans les délégations canadiennes, ont été réaffectés ou tout simplement retirés. De plus, les programmes dédiés à ces activités ont été abolis dans le cadre des compressions du gouvernement fédéral. Or, bien planifier et investir l'international en arts médiatiques peut être une démarche peu coûteuse qui rapporte gros si une stratégie cohérente et concertée entre la communauté et ses partenaires gouvernementaux est mise en place.

3.6. CONNECTIVITÉ, MAILLAGE ET ÉCHANGES

Instaurer un dialogue autour d'enjeux communs et d'une approche proactive et solidaire des revendications du milieu

SOMMAIRE DE L'ATELIER

Dans une société prônant le « chacun-pour-soi », qui a de moins en moins d'égard pour les actions collectives et le bien commun, quel est l'état des lieux de notre vie associative en matière de connectivité, de maillage et d'échanges ? Au sein d'une discipline aussi diversifiée que sont les arts médiatiques, une approche proactive et solidaire s'impose si cette communauté souhaite faire entendre sa voix. Gardant à l'esprit les activités fondamentales de la discipline que sont la création, la production et la diffusion d'œuvres, il importe d'instaurer un dialogue, de se mobiliser autour d'une vision commune.

Tout milieu se solidarise autour d'enjeux collectifs : constitution de réseaux, soutien des pairs, sensibilisation des publics, mise en œuvre de programmes, formation et promotion de la discipline et amélioration des conditions... Dans cette perspective, comment, aujourd'hui, balise-t-on le périmètre d'une association de représentation et de services en arts médiatiques ? Et quel devrait être l'apport de la communauté dans une telle association ?

FRAGMENTATION

Si le milieu des arts médiatiques est l'un des plus petits secteurs disciplinaires, il réunit néanmoins une communauté composée d'artistes et d'organismes d'une très grande diversité tant du point de vue de leur pratique que de leur

processus. Cette particularité de la discipline des arts médiatiques conduit forcément à une fragmentation des différents acteurs du milieu. Malgré les similitudes dans l'emploi de certains outils et l'apparente ressemblance de plusieurs besoins, chaque pratique et sous-pratique appréhende les ressources de manière distincte. De plus, certaines pratiques ou approches demeurent davantage liées à la culture de l'industrie audiovisuelle alors que d'autres se déclinent sans un si lourd bagage historique. Par conséquent, une telle association disciplinaire doit représenter tant les organismes et les artistes dont le soutien relève des conseils des arts que ceux qui font appel aux organismes d'État dédiés au soutien des industries culturelles. Cette dichotomie inhérente et la nature des arts médiatiques se reflètent à travers toute la chaîne de création, rendant périlleux tout projet d'association disciplinaire en arts médiatiques qui a pour but de représenter l'ensemble des pratiques et des sous-pratiques des arts médiatiques.

MOBILISATION

Malgré cette fragmentation, une association professionnelle en arts médiatiques se doit d'être représentative et de défendre des intérêts communs de l'ensemble de sa communauté électorale. La communauté doit se donner une vision commune à partir d'outils qui permettent à ses membres d'investir l'organisme, de partager sa mission et de contribuer à la réalisation de ses objectifs. L'association doit mettre en place des mécanismes qui favorisent l'implication de sa communauté et qui mobilisent les intervenants des arts médiatiques qu'elle représente, par exemple, par la constitution de forums, de sous-comités propres à chaque pratique, de structures de réseautage pour les groupes excentrés. Pour assurer le succès d'une telle association, celle-ci doit segmenter ses actions de représentation selon les pratiques des membres, et ce, sur tout le territoire. La mobilisation que nécessite une association professionnelle ne peut naître que de l'identification de ses membres à la vision et à l'incidence de celle-ci sur son milieu.

POSITIONNEMENT

Une association professionnelle disciplinaire en arts est une structure de représentation nécessaire auprès des bailleurs de fonds de la discipline et des instances politiques. Puisque ce rôle est si essentiel au soutien et à la défense des intérêts d'une discipline, une telle association dédiée aux arts médiatiques devrait également pouvoir investir dans la promotion et la médiation des pratiques. Car cette discipline rassemble des pratiques diverses dont certaines sont méconnues du grand public, des médias et même parfois des organismes publics et gouvernementaux des différents paliers. Bâtir la notoriété de la discipline et mieux la positionner dans la sphère publique serait un formidable appui au développement de la discipline et, par surcroît, aurait l'effet collatéral de rendre la représentation de la discipline plus porteuse.

Une association professionnelle en arts médiatiques pourrait entreprendre des actions de démarchage, par exemple, en incitant les grandes institutions muséales à accroître l'acquisition d'œuvres d'arts médiatiques, les chaînes de télévision publiques à augmenter les plages horaires dédiées aux œuvres indépendantes et les commissions scolaires à ouvrir leurs portes pour que nos artistes et nos centres d'artistes dédiés aux arts médiatiques aient leur juste place dans leurs programmes éducatifs.

Si un fort positionnement est tributaire d'une visibilité soigneusement planifiée et entretenue, une association professionnelle devrait pouvoir amorcer, et assumer comme mission corollaire, toute action visant à mieux faire connaître et reconnaître la discipline. Une association professionnelle des arts médiatiques devrait s'engager dans des actions et des activités dédiées à la promotion de la discipline. Plusieurs idées ont été soulevées sans toutefois être traitées en profondeur : organisation de vitrines dans des événements majeurs; voyages de prospection et d'ouverture de marchés (similaires à ceux qu'entreprennent plusieurs secteurs industriels) ; publication et distribution de documents d'interprétation ou de matériel promotionnel (mise en valeur des artistes et des œuvres) ; organisation de tournées de sensibilisation auprès des décideurs.



Vernissage, installations nouveaux médias. Christopher Hémain, photographe.

CONCLUSION

Pendant les travaux préparatoires, l'équipe n'a cessé de chercher le meilleur moyen d'articuler le programme des États généraux afin d'interpeller le plus grand nombre d'intervenants issus de quatre pratiques distinctes, très hétérogènes et évoluant au sein d'écologies propres. La recherche, les consultations et les journées d'atelier ont sollicité les points de vue de plus de 100 individus et de 24 organismes / instituts de recherche. Pour les ateliers, nous avons décidé de situer le débat au-delà de la simple énumération des problèmes que rencontre chaque pratique, pour retenir comme axes prioritaires de discussion les aspects intrinsèques à toutes les pratiques en arts médiatiques : création, circulation, rayonnement, relève, parcours professionnel des artistes et ressources du milieu. En optant pour une telle approche, on a voulu éviter des échanges stériles, préférant susciter des discussions sur les fondements des enjeux et des questionnements afin de mobiliser les participants autour de l'importance d'une vision à (re)construire.

En dépit du fait que cette orientation choisie pour le déroulement n'a pas permis d'apaiser tous les inconforts d'un voisinage parfois mal assimilé entre les quatre pratiques, ces premiers États généraux des arts médiatiques ont été révélateurs d'un nouveau climat. Effectivement, tous ont été témoins d'une unité surprenante de vision autour de plusieurs enjeux cruciaux, d'une volonté affirmée d'échanger et de dégager de nouvelles voies de collaboration et d'influence afin de remodeler la discipline pour qu'elle soit synchrone avec la réalité d'aujourd'hui et celle, anticipée, de demain. Les États généraux se sont finalement avérés ce forum unique tant souhaité où un nouveau dialogue prometteur s'est amorcé entre nos diverses communautés d'artistes et d'organismes. Ceux-ci ont clairement signalé leur désir de renouveler ces échanges et de poursuivre la réflexion sur les enjeux critiques du milieu.

Finalement, l'étendue des questionnements discutés rejoint presque tous les aspects de la discipline et demande non seulement une refonte des structures et des programmes mais revendique également une nouvelle approche afin d'arrimer la discipline dans son contexte actuel et de consolider la spécificité artistique d'un milieu en impulsion vers l'avenir.



Plénières. Christopher Hémain, photographe



PISTES

La synthèse des pistes qui suit a été formulée à partir des échanges lors de la recherche initiale, dans le cadre de la consultation entreprise au préalable auprès du milieu et pendant les premiers États généraux des arts médiatiques. Elle présente les axes porteurs, les orientations privilégiées et les démarches à engager à court terme pour assurer le développement continu des arts médiatiques au Québec.



Plénière. Christopher Hémain, photographe

PISTE 1 : CERNER LA DISCIPLINE DES ARTS MÉDIATIQUES

Depuis la fusion des quatre pratiques distinctes sous une seule discipline, la définition des arts médiatiques est demeurée floue, oscillant entre une création reliée tantôt aux supports ou formats, tantôt aux outils ou technologies employés sans jamais s'arrêter sur les fondements de cette discipline - le processus.

ORIENTATIONS

- Affirmer le caractère distinct et unique d'une discipline artistique;
- Réaffirmer la spécificité du milieu et les processus de création en arts médiatiques des modes de fonctionnement de l'industrie audiovisuelle et des paramètres de la création commerciale.

DÉMARCHES

- Revisiter la définition des arts médiatiques afin de mettre fin au morcellement lexicologique de la discipline;
- Baliser les repères terminologiques pour qu'ils reflètent les processus créatifs des pratiques en arts médiatiques et éliminer les définitions basées exclusivement sur les supports ou les technologies utilisés;
- Harmoniser la définition des arts médiatiques avec les expressions actuelles des quatre pratiques de manière à intégrer l'aspect évolutif des pratiques;
- Mettre sur pied un processus de consultation impliquant les artistes et les bailleurs de fonds pour baliser la spécificité de la discipline afin de soutenir une déclinaison de programmes qui répondent aux pratiques actuelles des arts médiatiques.

QUI

Artistes
Bailleurs de fonds
Centres d'artistes
Regroupements et organismes de service

PISTE 2 : SOUTENIR LA CRÉATION EN ARTS MÉDIATIQUES

Depuis l'instauration des premiers programmes visant à soutenir les arts médiatiques, les artistes se sont appropriés de nouveaux outils et technologies, ont défriché des territoires, traversé des frontières des champs de pratique pour finalement imaginer leur discipline, façonnée de ses processus et de ses propositions artistiques propres. Néanmoins, les modèles de soutien, les programmes d'aide à la création et la condition des créateurs sont demeurés sensiblement les mêmes.

ORIENTATIONS

- Actualiser les modèles des programmes de soutien à la création pour répondre aux nouvelles réalités ;
- Reconnaître la propriété intellectuelle de l'artiste professionnel par le versement garanti d'un droit d'auteur ou de cachets propres à chaque pratique, applicable aux lieux et plateformes traditionnels et aux nouvelles plateformes de diffusion ;
- Reconnaître les communautés de développement collectif de solutions logiciel et matériel libre existants et en devenir dédiés à la création.

DÉMARCHES

- Revisiter les structures des programmes d'aide à la création et aux artistes pour que ceux-ci soutiennent le parcours professionnel au lieu d'un projet de création unique ;
- Développer des programmes de soutien à la recherche-crédation et à la production cinématographique qui ont une réelle correspondance aux pratiques actuellement reconnues en arts médiatiques ;
- Revoir les critères d'admissibilité, les paramètres d'évaluation aux programmes de soutien à la recherche-crédation et à la production cinématographique pour qu'ils soient réellement convergents avec la recherche, la production et la diffusion de la création artistique des pratiques composant les arts médiatiques, et non avec ceux d'une industrie ou d'une autre discipline ;
- Revoir la procédure de sélection des pairs pour constituer des comités d'évaluation distinctifs et représentatifs des quatre pratiques reconnues actuellement en arts médiatiques ;



DÉMARCHES [SUITE]

- Développer des barèmes de droits d'auteur et de cachets propres à chaque pratique de la discipline pour la présentation, la diffusion et la production applicables aux lieux et plateformes traditionnels et aux nouvelles plateformes de diffusion ;
- Instaurer des mécanismes de veille de manière de garantir le versement des droits et cachets aux artistes selon les barèmes à établir ;
- Se doter d'une politique d'appropriation et de développement d'outils -logiciels ;
- Reconnaître la recherche-création dans le cadre d'un processus plutôt que dans le cadre de livrables.

QUI

Artistes
Centres d'artistes
Regroupements et organismes de service
Bailleurs de fonds

PISTE 3 : DU SOUTIEN À L'ACCOMPAGNEMENT DE LA PRODUCTION EN ARTS MÉDIATIQUES

Si les artistes ont embrassé les nouvelles opportunités qu'offrent les nouvelles technologies et les modes de production qui y sont liées et, ce faisant, ont ouvert de nouvelles directions de création artistique médiatique, le soutien de cette production est trop souvent encore encadré par les mêmes repères. Aujourd'hui l'artiste requiert d'un centre d'artistes davantage d'interventions qui accompagnent une démarche de création et un développement professionnel correspondant mieux aux réalités d'aujourd'hui.

ORIENTATIONS

- Avec l'objectif de soutenir l'excellence, c et reconnaître la juste contribution d'un organisme à son milieu, privilégier des évaluations ciblant la capacité des centres d'artistes à développer des activités, des programmes et des services en diapason avec les besoins des artistes, à propulser leurs communautés et à témoigner d'une vision ancrée dans les enjeux réels de sa clientèle ;
- Reconnaître la désuétude de certains modèles ou pratiques des centres de production ;
- Inciter à l'innovation et à la réactualisation des structures organisationnelles des centres et dans l'instauration de modèles d'accompagnement de la création correspondant aux contextes évolutifs de la discipline.

DÉMARCHES

- Encourager les centres à développer ou à revisiter leur modèle en tenant compte des besoins actuels et à venir des artistes ;
- Arrimer les modèles de soutien à la production dans des centres d'artistes aux modes accompagnement à plus long terme plutôt que des les axer autour d'interventions ponctuelles ;
- Construire les programmes de soutien aux centres de manière à mieux évaluer et à soutenir la diversification des modèles et l'imputabilité de la démarche ;
- Actualiser l'évaluation des centres d'artistes en tenant compte prioritairement des incidences mesurables dans leur milieu, non seulement sur leur mission, leur mandat et/ou leur historique;



DÉMARCHES [SUITE]

- Valoriser davantage les expertises et le savoir-faire des centres d'artistes en arts médiatiques;
- Commander une étude externe afin de doter le milieu d'outils pour soutenir le développement d'une culture de gouvernance appropriée aux arts médiatiques actuels et futurs ;
- Développer des modèles de maillage, partenariat ou d'association qui préservent la complémentarité des ressources offertes aux créateurs ;
- Mettre en place un programme d'acquisition d'équipements avec de l'argent neuf pour les centres d'artistes dédiés aux arts médiatiques soutenus au fonctionnement au Conseil des arts et des lettres du Québec, bonifier le programme du Conseil des Arts du Canada et rendre le programme MCCCCFQ accessible à tous les organismes ;
- Développer des axes viables de partage d'équipements sur l'ensemble du territoire ;
- À l'instar des autres disciplines artistiques, s'assurer que les arts médiatiques et ses artistes disposent des équipements culturels physiques et virtuels nécessaires à la diffusion et à la présentation de leurs œuvres sur l'ensemble du territoire pour chacune des pratiques.

QUI

Bailleurs de fonds

Centres d'artistes

Regroupements et organismes de service

PISTE 4 : RECONNAÎTRE LES NOUVELLES FAÇONS DE FAIRE DE LA RELÈVE / ACCUEILLIR LES NOUVELLES INITIATIVES

Les nombreuses communautés d'artistes des arts médiatiques, regroupées sous différentes pratiques, genres, appartenances générationnelles, culturelles, et/ou régionales, sont en mutation constante. De nouvelles communautés d'artiste en début de parcours professionnel se manifestent et inscrivent leurs différentes pratiques dans ce paysage, parallèlement à des mouvements de réalignement chez les communautés d'artistes établis. Cette mouvance suscite des pressions constantes sur les modèles organisationnels du milieu, mais elle est également révélatrice d'un contexte évolutif de la création en arts médiatiques, qui est inhérent au processus même, lié à la prospection de nouveaux langages, formes et contenus.

ORIENTATIONS

- Reconnaître la réalité de la relève artistique en arts médiatiques ;
- Reconnaître l'apport des nouvelles initiatives dans le développement de la discipline.

DÉMARCHES

- Harmoniser les définitions de la relève chez tous les bailleurs de fonds ayant des programmes dédiés ;
- Harmoniser les critères des programmes visant ces artistes chez tous les intervenants ;
- Instaurer des structures d'accompagnement correspondant aux vrais besoins de la relève ;
- Instaurer une équité intergénérationnelle dans l'attribution de l'aide aux artistes et aux organismes ;
- Inviter des artistes de la relève sur tout comité d'orientation dédié aux arts médiatiques ;
- Consulter un échantillonnage représentatif des artistes de la relève de toutes les pratiques en arts médiatiques lors de toute révision des programmes visant la relève ;
- Développer des axes de mentorat/parrainage dans les centres d'artistes pour les jeunes travailleurs culturels et/ou d'artistes en début de carrière ;



DÉMARCHES [SUITE]

- Consolider l'affirmation et le renouvellement de la discipline en s'assurant que les nouvelles initiatives organisationnelles ou les nouvelles communautés électives, qui se dotent d'un modèle organisationnel viable alternatif, aient accès à un soutien récurrent afin de développer de nouvelles ressources pour les créateurs ;
- Réserver un pourcentage des fonds dédiés à la relève, aux nouvelles initiatives et aux nouveaux organismes dans les programmes de soutien aux individus et aux organismes existants afin d'assurer le renouvellement de la pratique, l'émergence de nouveaux créateurs et de nouveaux modèles organisationnels au lieu de créer de nouveaux programmes ;
- Revoir les structures de financement en arts médiatiques afin de participer à l'incubation de projets et de modèles novateurs de diffusion et de présentation en symbiose avec la mouvance rapide de la discipline.

QUI

Bailleurs de fonds

Artistes et artistes de la relève

Centres d'artistes établis, et collectifs et initiatives organisationnelles émergentes

Regroupements et organismes de service.

PISTE 5 : INSCRIRE LA DISCIPLINE ET SON PATRIMOINE D'ŒUVRES DANS LA MÉMOIRE COLLECTIVE

Bien que le milieu aient déjà mis en place et rodé des outils et des modes d'accompagnement, d'éducation artistique, d'interprétation ou de mise en relation avec le public et les médias, les arts médiatiques tardent à s'inscrire dans l'imaginaire du public. Aussi, contrairement à d'autres disciplines artistiques, il y a rarement mention ou présence de la riche patrimoine historique d'œuvres d'arts médiatiques. Finalement, malgré les efforts de créer des ponts régionaux, de soutenir la création et la circulation en région, trop souvent les artistes et les œuvres ne circulent pas à l'extérieur de leur région.

ORIENTATIONS

- Mettre en œuvre des stratégies de positionnement des arts médiatiques;
- Appuyer financièrement l'archivage des œuvres médiatiques québécoises et la mise en valeur du patrimoine de la discipline ;
- Déployer des outils et des méthodes pour accroître où, le cas échéant, intensifier des actions de médiation spécifiques aux arts médiatiques ;
- Poursuivre la consolidation de la production en région ;
- Déployer des mesures nécessaires pour que les œuvres circulent dans un circuit national de diffusion des œuvres sur tout le territoire.

DÉMARCHES

- Concevoir des campagnes de promotion, de sensibilisation et de diffusion concertées de la discipline auprès du grand public et des médias généraux et spécialisés ;
- Développer, financer et mettre en œuvre des stratégies d'action continue de promotion de la discipline auprès des médias spécialisés et généraux ;
- Produire davantage de ressources de documentation et d'interprétation sur les arts médiatiques actuels DVD, publications et périodiques ;
- Produire davantage d'événements, de programmations et de publications rétrospectifs afin valoriser le parcours historique et critique de la discipline et l'excellence des œuvres issues des arts médiatiques au Québec ;



DÉMARCHES [SUITE]

- Réaliser des plans de mise en marché spécifique à nos produits, à nos publics ;
- Acquérir/développer l'expertise en archivage d'œuvres d'arts médiatiques et de documentation connexe ;
- Allouer les fonds nécessaires et supplémentaires au fonctionnement des organismes, pour structurer les activités de développement des publics des centres d'artistes et pour soutenir des projets récurrents de médiation ;
- Créer des ponts entre le milieu des arts médiatiques et le milieu de l'éducation ;
- Soutenir les axes de développement et de consolidation de la production et la diffusion interrégionales ;
- Réseauter les différentes communautés régionales sur l'ensemble du territoire ;
- Se soustraire de la ghettoïsation et de l'isolation des arts médiatiques en région en mettant en place des mesures de la circulation des œuvres et des artistes sur tout le territoire ;
- Soutenir la diffusion et le réseautage interrégionaux par une imprégnation réelle des Conseils régionaux de la culture.

QUI

Bailleurs de fonds
Centres d'artistes
Regroupements et organismes de service

PISTE 6 : RENFORCER LE RAYONNEMENT DES ARTS MÉDIATIQUES

Comparativement à la petitesse du marché intérieur et des publics répartis sur une grande étendue géographique, le Québec compte un nombre important d'artistes en arts médiatiques. Des structures d'enseignement accessibles, un système de soutien à la création, des réseaux de centres d'artistes, des événements de diffusion, les infrastructures particulières du milieu québécois des arts et de la culture engendrent un développement créatif exceptionnel. Paradoxalement, les artistes émérites de ce milieu souffrent d'un manque criant de visibilité sur la scène publique, tout comme leurs œuvres sur la scène internationale.

ORIENTATIONS

- De concert avec le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, amorcer les travaux nécessaires à l'adoption d'une Politique de diffusion des arts médiatiques afin créer des balises qui assureraient la circulation, la présence et le rayonnement de la discipline par des mesures et des programmes requis ;
- Accroître et soutenir la notoriété des artistes et organismes québécois sur la scène nationale et internationale.

DÉMARCHES

- Développer des outils qui assurent la présence de la culture numérique québécoise sur les écrans et les lieux d'expositions étrangers ;
- Soutenir la diffusion internationale par une imprégnation des structures diplomatiques provinciales et fédérales à l'étranger ;
- Développer des missions concertées exploratoires de nouveaux marchés à l'international ;
- Doter nos ambassadeurs - artistes, commissaires, gestionnaires d'organisme - de meilleures conditions de voyages et une rémunération forfaitaire pour les travailleurs autonomes lors des déplacements professionnels à l'étranger ;
- Outiller les diffuseurs et les distributeurs de ressources financières et matérielles nécessaires pour faire de la représentation internationale ;

DÉMARCHES [SUITE]

- Consolider les événements et les festivals reconnus en arts médiatiques par un soutien récurrent équivalent à leur apport à leur communauté locale et/ou internationale ;
- Privilégier la qualité de la programmation et de la présentation de œuvres dans l'évaluation des événements et festivals ;
- Développer des mesures de réciprocité pour accueillir des projets et des artistes de l'international ;
- Favoriser concrètement le développement de partenariat avec les organismes, les événements, les manifestations majeurs et reconnus en arts médiatiques à l'étranger ;
- Développer une culture de l'édition du matériel promotionnel, critique et d'interprétation dérivée des œuvres et des artistes québécois en arts médiatiques : DVD, publications, livres, périodiques, ressources pédagogiques ;
- Augmenter les fonds alloués aux programmes dédiés à la diffusion, à la présentation et à la promotion des œuvres et au rayonnement des artistes ;
- Valoriser l'excellence du milieu par des événements de reconnaissance de mérite visant les artistes, les travailleurs culturels et les organismes ;
- Créer et entretenir des passerelles actives entre le milieu et les grandes institutions muséales d'ici pour contribuer à la reconnaissance et au rayonnement des œuvres issues de la discipline dans le réseau muséal international.

QUI

Bailleurs de fonds
Centres d'artistes
Regroupements et organismes de service

PISTE 7 : BALISER UNE ÉCONOMIE CULTURELLE PROPRE

Si les pratiques des arts médiatiques possèdent des liens de parenté avec les modes de production commerciale ou industrielle d'images et de sons leur filiation est des plus ténues en termes de moyen pour soutenir tout développement économique. Par ailleurs, elles sont confrontées tout au long de leur chaîne de production à la logique marchande de leur contrepartie dans les industries culturelles, tout en se réclamant de la création artistique.

ORIENTATIONS

- Développer une économie culturelle en symbiose avec le milieu des arts médiatiques et ses publics ;
- Développer des modèles viables de financement en concertation avec la communauté et les bailleurs de fonds visés qui répondent aux spécificités des pratiques qui chevauchent l'industrie audiovisuelle et/ou multimédia ;
- Soutenir et développer l'expertise des organismes en marketing culturel.

DÉMARCHES

- Miser sur la vision de l'artiste comme une plus value incontournable dans le soutien de la production et les activités de promotion et de mise en marché des œuvres québécoises ;
- Favoriser l'acquisition de productions québécoises par les télédiffuseurs publics et privés;
- Soutenir la mise en marché de produits dérivés : DVD, catalogue d'exposition et livres;
- Soutenir le développement de nouvelles interfaces et initiatives de mise en marché des produits québécois propres aux arts médiatiques;
- Favoriser des actions concertées pour la distribution et la promotion des œuvres québécoises à l'internationale ;
- Améliorer les budgets d'acquisition d'œuvres et de produits dérivés issus des arts médiatiques du réseau muséal et des bibliothèques (publiques et académiques).



QUI

- Bailleurs de fonds
- Centres d'artistes
- Regroupements et organismes de service

PISTE 8 : VALORISER LES SAVOIRS ET DÉPLOYER LES EXPERTISES

Des mesures concrètes de valorisation des ressources humaines travaillant dans les centres d'artistes en arts médiatiques et des professionnels indépendants du milieu sont essentielles à la consolidation et au développement de la discipline et au renforcement des professions exercées.

ORIENTATIONS

- Reconnaître l'apport des professionnels indépendants autonomes et des nouveaux métiers dans le développement et le rayonnement de notre discipline par des mesures concertées avec ces intervenants ;
- Préserver le niveau de l'expertise et des savoirs des centres d'artistes par la valorisation des compétences, des savoirs et des savoir-faire de leurs ressources humaines ou des travailleurs culturels dans les organismes en arts médiatiques ;
- Retenir les ressources humaines de calibre dans le milieu ;
- S'assurer d'une relève et d'une transmission de savoirs.

DÉMARCHES

- Définir les normes de la profession du commissaire en arts médiatiques;
- S'assurer que les employeurs dans le secteur des arts médiatiques puissent être en mesure d'offrir des conditions de travail adéquates à nos travailleurs autonomes ; promoteurs, commissaires, programmeurs, etc. ;
- S'assurer que les employeurs dans le secteur des arts médiatiques soient en mesure d'offrir des conditions de travail adéquates afin de retenir en emploi dans les centres les travailleurs culturels de calibre ;
- Constituer un cadre de référence pour consolider et valoriser l'environnement de travail dans les centres d'artistes en arts médiatiques. Par exemple, par des mesures sociales telles que la conciliation travail / famille, l'accès à la formation continue, la flexibilité des horaires de travail et le télétravail ;



DÉMARCHES [SUITE]

- Étudier la possibilité de rétribuer les administrateurs siégeant sur les conseils d'administration à l'instar des autres milieux, pour assurer une meilleure disponibilité et implication des artistes, travailleurs autonomes et les administrateurs externes.

QUI

Bailleurs de fonds
Travailleurs autonomes, commissaires
Centres d'artistes
Regroupements et organismes de service

PISTE 9 : FÉDÉRER UN MILIEU PAR DES ACTIONS COLLECTIVES

Le milieu des arts médiatiques est une communauté composée d'artistes et d'organismes d'une très grande diversité tant du point de vue de leur pratique que de leur processus. Cette particularité de la discipline des arts médiatiques conduit forcément à une fragmentation des différents acteurs du milieu.

ORIENTATIONS

- Façonner les regroupements associatifs pour mieux mobiliser de son milieu ;
- Équiper les regroupements associatifs pour qu'ils participent au positionnement la discipline ;
- Outiller les regroupements associatifs pour mieux représenter l'ensemble de leurs collectivités.

DÉMARCHES

- Favoriser la mobilisation par le développement de mécanismes permettant la concertation continue par pratique ;
- Créer des forums permanents d'échange pour chaque pratique;
- Favoriser la mobilisation par le développement de mécanismes permettant la concertation continue par pratique ;
- Accroître la notoriété du milieu auprès des élus et des institutions publiques
- Reconduire les actions en faveur de la reconnaissance professionnelle de l'artiste et du travailleur culturel et contribuer à la professionnalisation de son milieu ;
- Prolonger les actions de reconnaissance du statut de l'artiste et du droit d'auteur, entre autres par l'examen des redevances liées à la diffusion sur les nouvelles plateformes et à la spécificité des cachets de présentation d'œuvres issues des arts médiatiques ;
- Accroître les actions de reconnaissance de la spécificité la discipline et de ses pratiques actuelles dans les programmes et mesures de soutien auprès des bailleurs de fonds et des décideurs politiques de tous paliers ;
- Développer des outils collectifs de développement des publics ;



DÉMARCHES [SUITE]

- Réseauter son milieu et entreprendre des actions pour élargir les réseaux de reconnaissance et de rayonnement du milieu à l'extérieur ;
- Mieux positionner l'action associative au sein du milieu par la mise en place d'outils d'interventions, tant au niveau de la promotion et du rayonnement de la discipline qu'au niveau de la communication et l'échange d'information sur tout le territoire ;
- Rejoindre le milieu au moyen d'outils et de ressources accessibles en ligne pour mieux rejoindre ses membres à travers le Québec.

QUI

Bailleurs de fonds

Artistes

Centres d'artistes

Regroupements et organismes de service

ANNEXES

L'ÉQUIPE

ORGANISATION

Line Côté, responsable de l'animation des ateliers
Robin Dupuis, coordonnateur
Martine Forest, animation d'ateliers
Dany Foster, animation d'ateliers
Vivianne Saint-Denis, communications internes
Adrian Gonzalez, relations médias
Diane Labonté, animation d'ateliers
Frederick Letia, rédaction documentation et présentation États généraux
Myriam Letourneau, responsable de l'accueil et du protocole
Laurence Amélie Montpetit, secrétaire de la corporation, déléguée aux comités de travail
Normand Payette, responsable de la commandite
Louise Surprenant, coordonnatrice (mars à novembre 2007)
Barbara Ulrich, directrice générale
Jonathan Villeneuve, responsable de la logistique
Bill Vorn, président par intérim, délégué aux comités de travail
Bleu Outremer, graphisme affiche, programme, carton
Barbara Ulrich, mise en page, rapport finale
voir...autrement, traduction programme
Christopher Hémain, photographe



RÉTROSPECTIVE : 10 ANS D'ARTS MÉDIATIQUES EN 3 PRISES

Anne Golden, coordonnatrice de la programmation

Claude Forget, commissaire, programme film

Nicole Gingras, commissaire, programme vidéo

Valérie Lamontagne, commissaire, programme nouveaux médias et art audio

BÉNÉVOLES

Daniel Blanchet, rapporteur, ateliers

George Kandalf, bénévole

Vincente Lhoste, rapporteur, ateliers

Erica Lippert, accueil et logistique

Ian MacMillan, captations vidéo

Philippe Mclean, captations vidéo

Laurence-Amélie Montpetit, communications et logistique

Lucie Ouimet, accueil

Catherine Pallascio, rapporteur, ateliers

Gilles Vachon, rapporteur, ateliers

Shannon Wenkoff, accueil

COMITÉS CONSULTATIFS ET COMITÉS DE TRAVAIL : PERSONNES, INSTITUTS ET ORGANISMES RENCONTRÉS

INDIVIDUS

Geneviève Allard, Portneuf, documentariste, présidente Vidéo Femmes

Sofian Audry, Montréal, artiste Web, installation et réseautique, Koumbit, Perte de Signal

Khajy Baker, Montréal, animateur

Chantal Boileau, Montréal

Gregory Chatonsky, Montréal - Paris, artiste installation vidéo

Céline Charbonnier, agente de développement à la formation continue, CRC Estrie

Mario Desmarais, Estrie, producteur audiovisuel
Érick Dorion, Québec, artiste audio, installation et performance, commissaire, co-directeur artistique Avatar
Françoise Dugré, Rimouski, vidéaste, commissaire, enseignement, membre fondateur Paralœil
Geneviève Desmeules, Québec, gestion culturelle, direction administrative La Bande vidéo
Martin Gardner, Estrie, cinéaste indépendant
Benjamin Hogue, Montréal, cinéaste documentaire et fiction, Jeune créateur indépendant
Guillaume Houle, Estrie, diffusion cinéma et court métrage
Michèle Houle, Montréal
Robert Faguy, Québec, gestion culturelle, enseignement, développement de politique, LANTISS
Pierre Javo, Estrie, producteur audiovisuel
Richard Lacombe, Québec, cinéaste indépendant documentaire et fiction, Spirafilm
Denis Langlois, cinéaste indépendant, fiction, président Films du 3 mars
Michel Lefebvre, Montréal, créateur nouveaux médias, gestion culturelle et distribution nouveaux médias, Agence Topo
François Lemieux, Montréal, cinéaste documentaire indépendant et producteur, Gadjo Dilo Films
Claudie Lévesque, Montréal, cinéaste indépendante documentaire et fiction, programmation, gestion culturelle, administration de la production, Main Film
François Mercier, Québec, artiste indépendant arts médiatiques
Sylvain Marotte, Montréal, cinéaste indépendant
Jean Blais Mathieu, Montréal, documentariste - radio et télévision communautaire
Caroline Martel, Montréal, cinéaste indépendant documentaire
Pierre Mino, Sherbrooke, gestionnaire culturel, CRC Estrie
Laurence-Amélie Montpetit, Laurentides, cinéaste émergent, documentaire, administrateur CQAM
Anne Paré, Montréal, travailleuse culturelle en distribution, Films du 3 mars
Rozen Potin, Québec, artiste indépendant en arts médiatiques
Denise Provencher, Sherbrooke, direction de la programmation, Galerie Horace
Nathalie Saint-Pierre, Montréal, cinéaste, fiction, administratrice, Les Films de l'autre
Daichi Saito, Montréal, cinéaste expérimental, gestionnaire d'organisme émergent Double Negative
Gilles Sénéchal, Saguenay, programmation et gestion culturelle, Séquence
Claude Sirois, Sherbrooke, agent de développement culturel, CRC Estrie
Alain Thibault, Montréal, artiste art audio et nouveaux médias, programmation et gestion culturelle, ELEKTRA
Aida Touchet, Montréal, cinéaste
Bill Vorn, Montréal, artiste nouveaux médias - robotique, enseignement, administrateur CQAM et Hexagram



ORGANISMES

Agence Topo
AVATAR
Association des cinémas parallèles du Québec
Daïmon
ELEKTRA
Films du 3 mars
Groupe Intervention Vidéo
Groupe Molior
Kino'00
La Bande Vidéo de Québec
Les Films de l'autre
Main Film
MUTEK
OBORO
Paralœil
Perte de Signal
PRIM
Spirafilm
Studio XX
Vidéo Femmes
Vidéographe

INSTITUTS DE RECHERCHE

CIAM
HEXAGRAM
LANTISS

ARTISTES PARTICIPANTS À LA PROGRAMMATION EN SOIRÉE

8u (France Jobin)
Sofian Audry
Nicole Benoît
Nathalie Bujold
Donigan Cumming
d Julie D
DJ Bliss
Chantal duPont
Rachel Echenberg
Ekumen (Martin Messier et Jacques Poulin-Denis)
Peter Flemming
Nikki Forrest
Julie-Christine Fortier
Dominic Gagnon
Anne Golden
Nelson Henricks
Manon Labrecque
Stéphane Lafleur
David Lafrance
Sylvie Laliberté
Mathieu Latulippe
Sylvain L'Espérance
Brigitte Levasseur
Jérôme Minière, accompagné de Dan Popa
Monique Moumbow
Daniel Olson
Perfo 1. (DL) & 4. (JD), projet de Martin Tétrault avec la contribution audio de Diane Morin, Jean-Pierre Gauthier,
Rober Racine et Manon Labrecque
Nelly-Ève Rajotte
Yudi Sewraj
VJ Beewoo

CONFÉRENCIERS DIY

Sofian Audry
Alexandre Castonguay
Jean Charbonneau
Sylvain Cormier
Samuel St-Aubin
Jean-Ambroise Vesac

PARTICIPANTS

150 artistes, travailleurs culturels, intervenants culturels, bailleurs de fonds

COMMUNICATIONS

1. COMMUNICATIONS INTERNES

BULLETIN HEBDOMADAIRE DU CQAM

Cinq brèves dédiées, *Dans tous les états...*

Cibles : membres toutes catégories, gens inscrits à la liste d'envoi du bulletin, équipe des EGAM (contractuels, artistes, conférenciers et bénévoles), participants, bailleurs de fonds, CRC :

No. 1 : 20 mars 2008 :: Ateliers

No. 2 : 27 mars 2008 :: Formulaire d'inscription + Hébergement + Recherche de bénévoles + Biographies des commissaires en ligne + Pièces jointes : Sommaires des discussions, formulaires d'inscription PDF (français)

No. 3 : 3 avril 2008 :: Déroulement des ateliers + Accueil CQAM + Soirées des États généraux + Recherche de bénévoles +

Pièces jointes : formulaires d'inscription PDF (français et anglais)

No. 4 : 11 avril 2008 :: Documents à consulter en ligne + Recherche de bénévoles + Pièces jointes : Sommaires des discussions, formulaires d'inscription PDF (français et anglais)

No.5 : 16 avril 2008 :: Inscriptions + Brèves en ligne + Soirée d'ouverture + Soirée de clôture +
Pièces jointes : Horaire final EGAM, formulaire d'inscription PDF, formulaire d'inscription MsWord,
dépliant promo - soirée de clôture, Sommaires des discussions

SITE WEB

Diffusion de l'information sur les États généraux dans le site Internet du CQAM

POCHETTE

Contenu : affiche, communiqué Les arts médiatiques dans tous ses états, programme, liste des restaurants et bars suggérés dans le quartier, formulaire et carton d'adhésion, «flyer» soirée de clôture, carton de LOFJIQ.

Distribution : participants, bailleurs de fonds, média, artistes sélectionnés programmation rétrospective, distributeurs des œuvres sélectionnées.

AFFICHAGE

Affichage et dépôt de cartons EGAM par une équipe de bénévoles chez nos membres et dans des points de chute jugés pertinents

Affichage extérieur et intérieur par Publicité Sauvage

VISIBILITÉ MÉDIA

Revue de la Cinémathèque québécoise, avril-mai 2008

Publication d'un court texte de Claude Forget, commissaire cinéma sur la programmation du volet cinéma, 10 ANS D'ART MÉDIATIQUES EN 3 PRISES - Si près si loin,

Site Internet Groupe CNW : www.newswire.ca/fr/releases/archive/April2008/15/c5510.html

Communiqué *Les arts médiatiques dans tous ses états*

Quotidien électronique, QuiFaitQuoi

Communiqué *Les arts médiatiques dans tous ses états*

No.51 du magazine Convergence et Le lien Multimédia, quotidien électronique en ligne

Publication d'une série d'articles sur les États généraux des arts médiatiques :

Le fossé entre la création et l'industrie subsiste, vraiment?



L'avenir du documentaire : une distribution en amont
Bill Vorn va promener ses robots en Italie
Les artistes doivent prendre les devants
Sofian Audry présente Flag

Parole citoyenne (ONF), 25 septembre 2007
<http://citoyen.onf.ca/blogs/chez-parole/etats-generaux-des-arts-mediatiques/>
Publication d'une brève sur les États généraux

Site Internet du RCAAQ, 13 septembre 2007
www.rcaa.qc.ca/actualites/nouvelle/2096
Publication d'une lettre, Invitation - rencontre des États généraux de Louise Surprenant, alors coordonnatrice des États généraux des arts médiatiques

Site Internet du RCAAQ, 18 avril 2008
www.rcaa.qc.ca/actualites/nouvelle/2542
Publication de la brève no. 1, *Dans tous les états...*

Bulletin du Conseil des arts de Montréal, Volume 4 No.3, automne 2007
www.artsmontreal.com/fichiers/comm/v4n3f.pdf
Publication de renseignements généraux sur les États généraux dans le du

Voyons Voir, bulletin d'Arrimage, Corporation culturelle des Îles de la Madeleine
Publication d'un texte sur les États généraux dans le numéro d'octobre 2007

La Bulle culturelle, le bulletin courriel de Culture Lanaudière ; 6 mars, du 20 mars, du 27 mars et du 10 avril 2008.
www.culturelanaudiere.qc.ca/bulles_archives/2008-03-06/bulle.htm
www.culturelanaudiere.qc.ca/bulles_archives/2008-03-20/bulle.htm
www.culturelanaudiere.qc.ca/bulles_archives/2008-03-27/bulle.htm
www.culturelanaudiere.qc.ca/bulles_archives/2008-04-10/bulle.htm
Publication de nouvelles et de liens vers nos brèves et vers le formulaire d'inscription des États généraux des arts médiatiques

L'info-formation, le bulletin du CRC de la Montérégie; 13 mars 2008.
www.culturemonteregie.qc.ca/formation/?page_id=156
Publication d'une nouvelle sur les États généraux des arts médiatiques

Site Internet de Main Film
<http://www.google.ca/search?hl=fr&client=firefox->
Publication d'un lien vers le sommaire des ateliers

site Internet, Techno Montréal en avril
www.technomontreal.com/techno_w/site/fiche/6298a&channel=s&rIs=org.mozilla:en-US:official&q=%C3%89tats+g%C3%A9n%C3%A9raux+des+arts+m%C3%A9diatiques&start=10&sa=N
Publication d'un communiqué sur les États généraux

Site Internet de Pathwhite.com
<http://patwhite.com/node/4245>
Publication d'un communiqué sur les États généraux

Bulletin de la faculté des arts de l'UQÀM ; 15 avril 2008
www.bulletin-arts.uqam.ca/archives/2008.04.15/
Publication d'un court texte sur les États généraux

Site Internet de l'Observatoire international du numérique ; avril 2008
www.oimn.org/cal/view_entry.php?id=353&date=20080417
Publication de renseignements sur les États généraux

Site Internet Mata Hari Communications
http://baa-li.com/mata_hari/?p=91
Publication de la brève no.3

Site Internet Modisti ; 11 avril 2008
<http://modisti.com/system/etats-generaux-des-arts-mediatiques-quebeois-vt10869.html>
Publication d'un avis de recherche de conférencier DIY et d'une brève, *Dans tous les états...*

Site Internet de la Société des musées québécois, section Agenda
<http://www.smq.qc.ca/publicsspec/actualites/agenda/fiches/index.phtml?RECNO=10505174>
Publication d'un court texte sur les États généraux

Site Internet de Branchez-vous
<http://culture.monblogue.branchez-vous.com/2008/4/14/>
Diffusion du communiqué sur Info-Culture.biz

Site Internet Accrochages, 23 avril 2008
<http://accrochages.drone.ws/fr/node/42>
Publication d'un texte de Sofian Audry sur sa participation, avec Samuel St-Aubin, à la conférence DIY des États généraux

Site Internet Artère
www.artere.ca/index.php?page=sofian-audry
Article sur Sofian Audry où il est question également de sa participation aux États généraux, avril 2008

18e numéro des Constats du CALQ, avril 2008
www.calq.gouv.qc.ca/communiqués/2008/20080423.htm
www.calq.gouv.qc.ca/nouvelles/ndc_sommaire.htm
Publication d'un communiqué annonçant ce nouveau numéro des Constats du CALQ.
Publication de la 18e édition consacrée aux arts médiatiques

Nouvelles du CALQ no. 16 (juillet 2008)
www.bulletin-arts.uqam.ca/archives/2008.04.15/
Publication d'un retour sur les États généraux des arts médiatiques

Portail Québec
<http://communiqués.gouv.qc.ca/gouvqc/communiqués/GPQF/Avril2008/23/c8613.html>
Relai du communiqué

Site Internet Soundbeatradio.com ; 29 avril 2008, p. 11 et 12
www.soundbeatradio.com/content/view/2224/52/lang,fr/
Article sur Jérôme Minière à la SAT dans le site Internet

Site Internet Pdmtl
<http://lists.artengine.ca/pipermail/pdmtl/2008-April/001122.html>
Discussion sur la conférence DIY des États généraux des arts médiatiques

Site Internet Opens Lab, section Samset, 2008
www.openslab.com/moi
Présentation du CQAM et des États généraux des arts médiatiques

SITES DES ARTISTES PARTICIPANT À LA PROGRAMMATION RÉTROSPECTIVE EN SOIRÉE

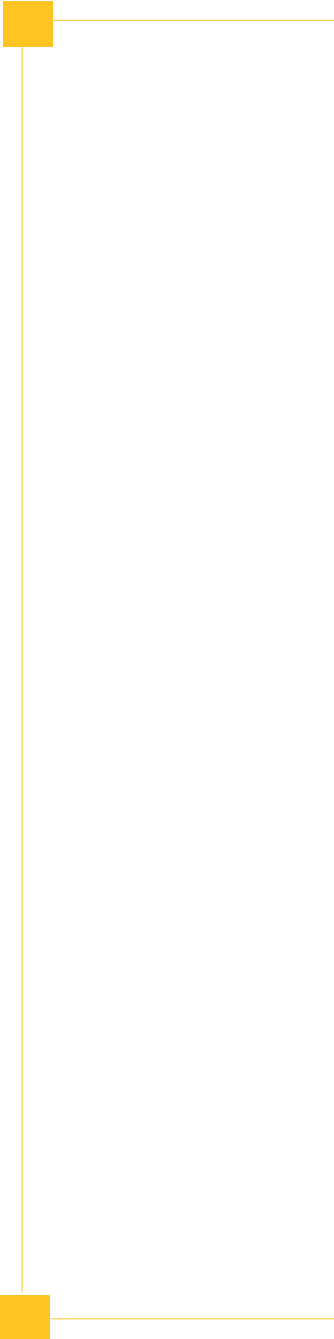
Donigan Cumming
http://donigancumming.com/d_c/donc_home.html
www.donigancumming.com/d_c/dcabin/videoscr.html

Ekumen
www.ekumen.com/fr/home/

Le Duo Traces : Codes d'Accès
19 avril 2008
[Montréal] Martin Messier+Jacques Poulin-Denis : Projet pupitre dans un concert du CQAM: Grande Bibliothèque

i8u (France Jobin)
www.i8u.com/2006/events.htm
www.i8u.com/events/2008-04-19.htm

Dj Bliss
www.djbliss.net/b/a/2008_04.php
www.djbliss.net/b/a/2008/04/08/bliss_jerome_miniere_april_20.php



PARTENAIRES

FONDS PUBLICS

Ministère de la Culture des Communications et de la Condition féminine du Québec
Conseil des arts et des lettres du Québec
Société de développement des entreprises culturelles
Conseil des Arts du Canada
Office Franco-Québécois de la Jeunesse

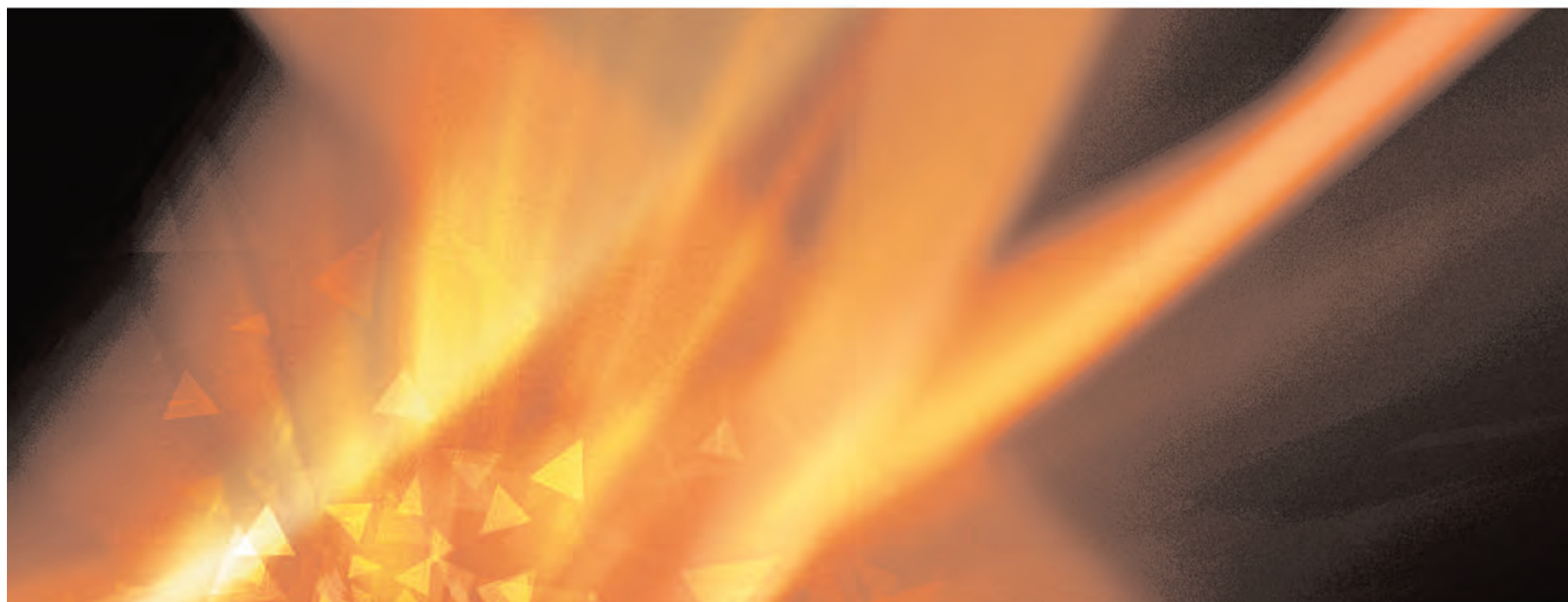
PARTENAIRES SERVICES

La Cinémathèque québécoise
L'Auberge du Vieux St-Gabriel
GURU
Voir...autrement



3680 rue Jeanne-Mance, bureau 430
Montréal Québec Canada H2X 2K5

514.527.5116 :: 1.888.527.5116
info@cqam.org :: www.cqam.org



Le CQAM remercie les partenaires publics qui ont rendu possible cet événement grâce à leur soutien financier:

Culture,
Communications et
Condition féminine
Québec

Conseil des arts
et des lettres
Québec

Société
de développement
des entreprises
culturelles
Québec



Conseil des Arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

Le CQAM est en mesure d'accomplir son mandat annuel grâce au soutien de:

Conseil des arts
et des lettres
Québec



Conseil des Arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

Emploi
Québec

CONSEIL DES ARTS
DE MONTRÉAL



CCRA-C
Conseil québécois des
ressources humaines en culture
Conseil québécois des ressources humaines en culture