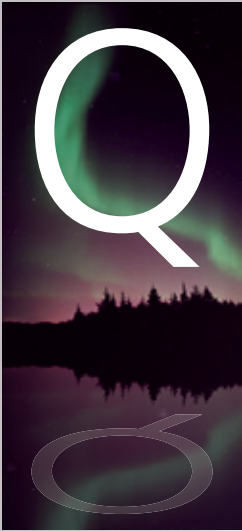


DOSSIER
LES ARTISTES
ET LA
POLITIQUE

Qui porte la vision collective?



u'est ce qui fait bouger les masses? Quand les politiciens n'ont plus le charisme pour porter une vision collective enthousiasmante, qui prend la relève?

L'utopie, les grands rêves collectifs ont-ils encore une fonction dans nos sociétés? Qui les porte? Qui fait en sorte que les rêves des peuples deviennent réalité? Notre méfiance et nos désappointements face à la lenteur des changements sociaux doivent-ils nous amener à renoncer à restaurer le futur? Et finalement, quel est le rôle des artistes dans l'évolution de l'éthique des sociétés?



Jorane
Porte-parole de
la Fondation
du centre de
réadaptation
Ubald-Villeneuve
de Québec

PHOTO : ANOUK LESSARD

**Guillaume
Lemay-Thivierge**
Coanimateur du téléthon
Opération Enfant Soleil
2004

PHOTO : MARC DUSSAULT



Vincent Graton
Porte-parole de
*La grande gignolée
des médias*

PHOTO : LAURENCE LABAT



Patricia Paquin
Porte-parole du
vélotour pour la
Société canadienne de
la sclérose en plaques
et coanimatrice
pendant treize ans du
téléthon *Opération
Enfant Soleil*

PHOTO : LAURENCE LABAT



Paul Piché
Porte-parole de
Adoptez une rivière

PHOTO : GRACIEUSETÉ
ÉQUIPE SPECTRA

Nos héros populaires sont-ils plus influent que les politiciens?

PAR MIREILLE PELCHAT

Le fait que la population s'identifie aux artistes comme à des héros défenseurs de la veuve et de l'orphelin s'explique par une carence importante de figures politiques charismatiques au Québec.

Depuis quelques années, le film-documentaire politisé gagne la faveur du public. Le Québec voit poindre chez la nouvelle génération un retour à la chanson engagée et les artistes qui s'accrochent à une cause sociale sont légion. Nouveau phénomène ou renaissance périodique? Effet du vide de la pensée politique au Québec?

« Bien plus qu'une langue de bois, la parole politique partage avec la parole poétique un pouvoir d'évocation. Il y a une ambiguïté commune au discours des poètes et des politiciens », lance **Hubert Wallot**, psychiatre et professeur titulaire à la TÉLUQ. Chaque individu peut donner un sens très personnel



aux paroles des politiciens qui utilisent des concepts larges ou des images fortes capables de frapper l'imaginaire, un peu comme en chanson ou en poésie.

« Les artistes ont une force particulière grâce à leur pouvoir de condensation du message; on sait qu'une image forte vaut mille mots », enchaîne le professeur Wallot, lui-même peintre et poète. « Les chansonniers, qui sont des leaders populaires, ont le rôle de faire comprendre et faire changer les choses, ce à quoi arrivent difficilement les experts et même les politiciens, souvent suspects pour diverses raisons. Les artistes habiles parviennent à être proches des gens », conclut-il.



« Les artistes populaires vont chercher le cœur des citoyens : ils ont un impact visuel, médiatique. Leur discours est beaucoup plus accessible que celui des intellectuels ou des spécialistes qui vont chercher la tête », renchérit **Diane St-Pierre**, professeure à l'INRS – Urbanisation, Culture et Société et membre de la Chaire Fernand-Dumont sur la culture.

Une question de marketing?

Pas surprenant, donc, que dans plusieurs campagnes humanitaires ou socialisantes on fasse appel à des ar-

tistes pour médiatiser efficacement le message. Santé Canada l'a fait en 1997 dans le cadre de sa campagne *Fumer, c'est fini!* En novembre 2003, le discours de la star irlandaise Bono sur la crise du sida en Afrique, prononcé à l'occasion du congrès au leadership du Parti libéral, a été diffusé sur toutes les chaînes canadiennes. Et en décembre dernier, la Grande Guignolée des médias aurait-elle eu son entrée à la populaire émission québécoise *Tout le monde en parle* si son porte-parole, Vincent Graton, n'avait été un habitué du petit écran?

Selon **Alain Laramée**, professeur de communication à la TÉLUQ, une tendance particulièrement forte aux États-Unis et de plus en plus présente au Québec se manifeste: le marketing social des artistes. Le marketing social emprunte généralement les techniques du marketing commercial, mais dans le but de « vendre » des idées plutôt que des produits de consommation. Inciter à des changements comportementaux, susciter l'adhésion à une cause, inviter le public à poser des gestes empathiques, voilà quelques-uns des objectifs qu'il vise.



Peut-on croire que le marketing de l'artiste lui-même soit également au programme, de façon plus ou moins insidieuse? « Que ce soit voulu ou non, l'engagement d'un artiste a un

L'heure n'est plus à l'utopie : on n'y croit plus au pouvoir qu'aurait l'art de changer véritablement les choses dans le débat social.

effet positif sur sa popularité et sur ses ventes », répond d'emblée Alain Laramée.

Ce dernier fait tout de même une mise en garde contre un effet pervers de la prise en charge d'une cause par un artiste : « Quand les citoyens voient Paul Piché à la défense d'une rivière ou Richard Desjardins au secours de la forêt, il y a un risque que les gens ne se responsabilisent pas, parce qu'ils ont le sentiment que la cause est bien gardée, qu'une personne s'en occupe et qu'elle a plus de pouvoir que le simple citoyen ».

Le fait que la population s'identifie aux artistes comme à des héros défenseurs de la veuve et de l'orphelin s'explique par une carence importante de figures politiques charismatiques au Québec, avance le professeur-chercheur Laramée. « On sait que les gens ont besoin de s'identifier à des leaders », explique-t-il, tout en prédisant que la tendance actuelle à l'omniprésence des artistes dans le domaine public risque de s'essouffler à la longue.

Suggestion : Que dit la tradition?

Y a-t-il une sorte de courbe de l'engagement des artistes dans l'histoire du Québec faite de périodes creuses et de périodes d'effervescence ?

Francine Couture, professeure au Département d'histoire de l'art de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), explique que la tradition d'engagement des artistes au Québec remonte aux années 30. En cette période de crise économique, des peintres et des sculpteurs de la com-



munauté anglophone s'associent au mouvement ouvrier.

Mais il faut attendre 1948 pour qu'un moment fort de l'engagement des artistes survienne : la publication du manifeste *Refus global*, signé de la main de Paul-Émile Borduas et de quinze autres artistes, dits automatistes, dont Jean-Paul Riopelle, Claude Gauvreau, Madeleine Arbour, etc. « Cette plaquette se voulait un plaidoyer pour la liberté d'expression en ce moment de répression idéologique. Faire de l'art abstrait était pour ces artistes une façon de faire valoir la liberté de l'individu », explique Francine Couture.

Les années 60 et 70 sont sans contredit celles de l'identité nationale et du pays à construire, pour Diane St-Pierre. Il n'y a qu'à penser aux Charlebois, Forestier, Vigneault, etc.

Ces années de forte effervescence sont suivies d'une période creuse : les années 80, caractérisées par l'échec référendaire et une certaine montée de l'individualisme en contexte néolibéral. Dans les années 90, par contre, l'intérêt pour le politique renaît en présence d'enjeux comme l'environnement, la mondialisation, etc.

« Dans les années 70, le discours collectif était très fort et laissait peu de place aux revendications plus ponctuelles. Aujourd'hui, c'est l'inverse : les artistes se portent à la défense de choses plus terre à terre. Un problème surgit, les artistes réagissent », croit Diane St-Pierre.

Pour Francine Couture, qui se base surtout sur ce qui se passe dans le milieu des arts visuels depuis les années 90, les artistes ne se sentent plus autant responsables du sort humain. « Leurs ambitions sont désormais restreintes à de petits groupes. L'heure n'est plus à l'utopie : on n'y croit plus au pouvoir qu'aurait l'art de changer véritablement les choses dans le débat social. » Selon celle qui s'intéresse à la sociologie de l'art, le problème vient du fait que les arts visuels, comme la culture réflexive en général, souffrent d'une importante marginalisation. Ce qui soulève un questionnement sur l'impact de l'artiste sur la population, impact qui semble bien différent selon qu'on utilise les « médias-micro » ou qu'on verse dans un art plus hermétique. ■



RICHARD DESJARDINS

LES DEUX PIEDS SUR TERRE

PAR MIREILLE PELCHAT

Le docteur *honoris causa* de l'Université du Québec n'a pas la langue dans sa poche quand il s'agit des gouvernements. Derrière le poète passionné au langage cru, simple et dur, se cache un visionnaire pragmatique.

En mars 2004, l'Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue (UQAT) décernait à Richard Desjardins un doctorat *honoris causa* ès art « pour sa contribution exceptionnelle à l'avancement de la société, comme poète, cinéaste, compositeur et interprète, et plus particulièrement pour son humanisme et sa qualité d'homme libre qu'il met au service de sa région et du Québec¹ ».

Deux mille quatre ans sans conteste été une année faste pour l'artiste origi-

naire de Rouyn-Noranda. Alors que le chanteur est en tournée en Gaspésie, tout un tapage médiatique entoure son absence au Gala de l'ADISQ, où il se mérite le Félix de l'auteur-compositeur-interprète de l'année avec *Kanasuta*, également couronné album et spectacle de l'année. En décembre, le rapport de la commission Coulombe sur l'état de la ressource forestière donne en bonne partie raison à l'auteur du film *L'erreur boréale*.

Réseau a pu constater que le documentariste, frondeur devant les géants

corporatifs, s'avère quelqu'un de doux et rieur au bout du fil. Ardent défenseur de la forêt boréale, le chanteur affirme avoir les deux pieds bien ancrés sur la terre de chez lui et le sens des réalités concrètes. Entrevue avec un artiste près de ses racines.

Vous êtes un artiste engagé...

Par qui? Combien ça rapporte? (rires) C'est drôle, c'est juste pour les artistes qu'on dit ça « engagé ».

Quel est, selon vous, le rôle de l'artiste dans la société d'aujourd'hui? Son impact sur la population, dans les médias, lui confère-t-il une mission particulière?

Ça dépend. Les chanteurs et les poètes, c'est pas tout du monde de gauche. Sardou, en France, il n'est pas là pour ça. Il y en a qui sont là pour l'argent, qui ne sont pas là pour une cause. C'est différent pour chacun. Moi, ça fait tellement longtemps que je suis quelqu'un qui regarde le monde dans lequel je suis. Je viens d'une région extrêmement exploitée, je n'ai pas pu y échapper. Je pense que ça dépend de l'environnement dans lequel t'as vécu. Richard Séguin, par exemple, c'est un gars qui est très actif: eh bien, il a grandi près d'une raffinerie...

Autrement dit, vous auriez été engagé même si vous n'aviez pas été chanteur.

J'ai été engagé avant d'être chanteur. Quand on est dans la vingtaine, on pense à ce qu'on veut faire, vous savez. Moi, je voulais être cinéaste documentaire. Mais j'ai « faite pataque » dans ce domaine-là et je me suis retrouvé sur le B.S. Il ne restait qu'une seule chose que je savais faire: chanter. Ma mère jouait du piano et mon père chantait, moi j'ai fait les deux.

Vous êtes à la fois artiste et militant, vous considérez-vous à la fois comme un homme de vision et d'action?

¹ Extrait du discours de M. Pierre Moreau, président de l'Université du Québec lors de la cérémonie du 9 mars 2004.

À Rouyn, il y a tout un débat sur la question de faire rentrer un Maxi. Mais on sait très bien que si le Maxi rentre, on va perdre tout un système de distribution régional déjà bien établi.

L'ERREUR BORÉALE

Ce que les politiciens ne vous ont jamais dit

« La population a besoin d'avoir une certaine emprise sur la réalité, une vision globale des choses pour comprendre. Et c'est une des forces du documentaire de donner tout cela. Des conclusions simples qui donnent l'impression qu'on nous explique enfin, alors que les politiciens et les spécialistes gardent les choses secrètes », avance le professeur de communication **Alain Laramée** qui a fait du film *L'erreur boréale*, de Richard Desjardins, son sujet d'étude.

Le professeur-chercheur de la TÉLUQ qualifie le documentaire de Desjardins de véritable « événement communicationnel », car les indicateurs de l'impact du film sont nombreux : reprise du discours dans de nombreux médias, ampleur de la diffusion du film en dehors de la sphère médiatique, nombre impressionnant de ventes de la vidéocassette, présence de l'auteur à diverses émissions radiophoniques et télévisuelles. Le film a même conditionné l'agenda politique et a contribué à commander le récent dépôt du rapport Coulombe sur la gestion de la ressource forestière à l'Assemblée nationale.

Pourquoi autant d'impact alors que les nombreuses études détaillées qui avaient précédé le documentaire sont restées lettre morte? Selon Alain Laramée, ce succès est dû à l'importance du porteur de discours, à l'habile construction du film, aux textes évocateurs et au ton utilisé, principalement. « On associe Desjardins au défenseur du petit devant les géants que sont l'industrie et le gouvernement. Le film prend des allures de film de détective, genre très populaire où le héros va dévoiler un complot. La mise en scène du film juxtapose à dessein des images parlantes sur des propos d'experts. Le message étant qu'il faut se méfier du discours complexe des experts et plutôt se fier au constat que l'image nous met sous les yeux, des forêts dévastées par exemple. Finalement, il y a le pouvoir des paroles qui laissent à penser beaucoup plus que ce qu'elles disent. L'auteur utilise la force évocatrice de la parole poétique. On reprend d'ailleurs des bribes de chansons connues qui véhiculent le message et réfèrent à l'imaginaire.

Alain Laramée qualifie le documentaire de Desjardins de véritable « événement communicationnel ».

Je suis plutôt terre à terre. Je suis indépendant dans toutes mes productions artistiques; on a une équipe pour l'édition et la production de disque. Ça prend un sens des réalités pour voir à ça. Je suis aussi actif au sein du mouvement Action boréale, ça aussi ça prend un sens pratique. Tout ce que je fais ces jours-ci sont des choses très pratiques. Vous savez, il y a des artistes qui sont très terre à terre et des gens qui peuvent être davantage rêveurs qui font des métiers plus techniques.

Quand on vous a remis le doctorat honorifique à l'UQAT, on a parlé de vous comme d'un homme libre. Qu'est-ce que cela signifie pour vous?

Ça se résume à quelque chose de simple ma liberté : j'ai pas de patron. J'ai la maîtrise de mes horaires, ce que 90 % des gens n'ont pas. Je suis privilégié. Ce que je produis, j'en suis le seul responsable. Puis la liberté, il y a aussi les opinions qui vont avec. Les

gens risquent leurs jobs quand ils parlent. Je le sens dans le monde forestier. Les ingénieurs, par exemple, travaillent soit pour le gouvernement ou pour une grosse compagnie. C'est pas surprenant qu'ils n'aient pas révélé ce que le rapport Coulombe a révélé: ils étaient eux-mêmes sur la ligne de feu.

Dans le discours que vous avez prononcé à l'UQAT, vous avez parlé de « nègres blancs d'Amérique », de « gouvernement à genoux », des régions canadiennes comme des colonies « sud-américaines nordiques des États-Unis ». Considérez-vous encore le peuple québécois comme une nation asservie à certains égards?

Totalement. On vit dans un système corporatif. Le chiffre d'affaires des compagnies forestières, c'est la moitié du budget du gouvernement. Les compagnies : c'est eux-autres les boss! Il n'y a qu'à regarder ce qui se passe au Lac-Saint-Jean, les fermetures comme celle du Wal-Mart. Et les politiciens laissent entrer ce monde-là. À Rouyn, il y a tout un débat sur la question de faire rentrer un Maxi. Mais on sait très bien que si le Maxi rentre, on va perdre tout un système de distribution régional déjà bien établi.

Il y a aussi que l'éducation politique et économique du monde est inexistante. On entendait dernièrement que des employés d'une grosse compagnie forestière sont allés perturber un show d'Innus à Baie-Comeau parce que les Innus réclament la fin de la coupe sur une partie de leur territoire. Il y a tout un travail d'éducation politique et économique à faire pour que les gens comprennent. Lauzon² en fait pas mal... (rires) et une chance qu'on l'a... mais il reste beaucoup de travail à faire.

² Allusion à Léo-Paul Lauzon, professeur au Département des sciences comptables et titulaire de la Chaire d'études socio-économiques de l'Université du Québec à Montréal (UQAM)

LES ARTISTES ET LA POLITIQUE

Les ingénieurs (...) risquent leurs jobs quand ils parlent. Ils travaillent soit pour le gouvernement ou pour une grosse compagnie. Pas surprenant qu'ils n'aient pas révélé ce que le rapport Coulombe a révélé: ils étaient eux-mêmes sur la ligne de feu.

Votre dernier album contient un monologue, *Les Veuves*, sur les Amérindiennes. *Kanasuta* est d'ailleurs un terme amérindien. Vous mûrissez également un projet de documentaire qui s'intitulera *Le Peuple invisible*. La cause des Autochtones sera-t-elle votre prochain cheval de bataille?

Ah ça, j'en ai plusieurs ! (rires) La vérité en ce qui concerne les Autochtones, c'est qu'on ne se rend pas compte

qu'on ignore leurs vies. Il y a un peu près de Rouyn, ça fait 5000 ans qu'il est là et on ne le connaît pas. J'accepte les critiques qu'on peut faire à leur endroit, mais que celui qui veut critiquer aille passer un an avec eux. Là, il pourra voir c'est quoi leur réalité.

Et où en êtes-vous avec votre projet de documentaire?

On a eu un problème avec nos producteurs. On a perdu confiance à un

certain moment parce qu'on avait plus de garanties d'autonomie dans notre travail. On a changé de productions et là on a des emmerdes.

Parmi toutes vos chansons engagées, laquelle vous plaît le plus ?

Ah ça, je ne peux pas en choisir une plus que l'autre. Je suis comme une moman devant ses enfants, et qui ne peut pas dire lequel elle préfère. (rires) J'ai pas le droit. ■

L'art et l'économie

GUY BELLAVANCE

Directeur du laboratoire de recherche Innovation, Culture et Ville de l'Institut national de la recherche scientifique; coordonnateur du Réseau interuniversitaire arts, culture, société, et représentant de la communauté universitaire à l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

PROPOS RECUEILLIS PAR FABIENNE CABADO

La conception de la démocratisation de la culture est calquée sur le modèle de la télévision : on évalue les retombées d'après la fréquentation et non la qualité.

Ce qui a le plus évolué au cours des 40 dernières années, dans le domaine des arts, c'est la croissance des industries culturelles et le rapprochement entre l'économie et la culture. Les sources de financement ont beaucoup augmenté mais, dans la même période, la proportion d'artistes a quadruplé ou quintuplé. Il y a une congestion aux portes et les modalités de financement n'ont pas évolué au rythme des milieux artistiques. Le système de subventions fonctionne par projet et crée un mode d'organisation discontinu chez les créateurs. Une part d'entre eux remporte le gros lot, mais une autre part alimente un important bassin de réservistes.

Dans ce contexte, les artistes sont devenus des *portfolio workers*, modèle que l'on retrouve dans les secteurs qu'investissent les travailleurs autonomes. La réputation et les réseaux sociaux sont devenus extrêmement importants pour assurer les conditions de la création et la logique entrepreneuriale acquiert de la légitimité. Aujourd'hui, les artistes rédigent des C.V., développent des stratégies de pénétration des marchés et s'ouvrent



à l'international. De plus en plus, ils refusent l'idée d'un métier d'appoint et veulent une carrière en création à plein temps, ce qui n'est pas toujours possible. Car l'art reste une relation d'individu à individu et certaines formes d'art s'adaptent mal à la communication de masse. Par ailleurs, les pouvoirs publics entretiennent une crainte de l'élitisme, le soutien aux arts se fait de moins en moins au nom de la culture et davantage dans une optique de prospérité économique. La conception de la démocratisation de la culture est calquée sur le modèle de la télévision: on évalue les retombées d'après la fréquentation et non la qualité.

Du côté du public, même si l'offre reste supérieure à la demande, on enregistre un meilleur taux de participation et la créativité se diffuse dans les autres sphères professionnelles. Elle est non seulement admise mais aussi valorisée dans l'économie, le management, les technologies scientifiques, etc., et l'on assiste à l'émergence de nombreux métiers créatifs.

Aujourd'hui, les artistes rédigent des C.V., développent des stratégies de pénétration des marchés et s'ouvrent à l'international. (...) Ils refusent l'idée d'un métier d'appoint et veulent une carrière en création à plein temps.