

# Le cinéma, un métier qui exige ténacité et folie

**Claude Gauvreau**

Qu'est-ce que des cinéastes aussi différents que Léa Pool, Denis Villeneuve, Louis Bélanger ou Marquise Lepage peuvent bien avoir en commun? Ils ont tous fait leurs classes à l'UQAM, dans le programme de baccalauréat en communication, profil cinéma.

Selon Paul Tana, responsable du profil depuis 1989 et lui-même cinéaste, la moitié des diplômés parviennent, bon an mal an, à se dénichier du travail dans le milieu du cinéma ou de la télévision. «On en retrouve plusieurs sur les plateaux de tournage, dans les salles de montage ou en post-production. Aujourd'hui, les Isabelle Lavigne, Bruno Bouliane, Denis Villeneuve et Louis Bélanger, pour ne nommer qu'eux, qu'ils fassent de la fiction ou du documentaire, appartiennent à ce que l'on appelle la relève du cinéma québécois, même s'ils ne constituent pas une école de cinéma en soi, et n'incarnent pas un style particulier.»

Cette relève rappelons-le, est déjà bien présente sur nos écrans. À preuve, à l'automne 2001, quatre films d'ex-uqamiens tenaient en même temps l'affiche dans différentes salles de cinéma à Montréal : *L'ange de goudron* de Denis Chouinard, *Crème glacée, chocolat et autres consolations* de Julie Hivon, *4125 Parthenais* d'Isabelle Lavigne et *Histoire de Pen* de Michel Jetté.

## Une formation complète

Avec son collègue Marcel Larivée, animateur pédagogique et «figure historique» du profil cinéma, Paul Tana assume en quelque sorte un rôle de producteur et de conseiller auprès des étudiants. «Nous sommes là pour encadrer leur démarche de création tout en offrant une formation la plus complète possible», précise-t-il. Le profil, en effet, aborde plusieurs dimensions : scénarisation, mise en scène, découpage, direction d'acteurs, rapport image-son, mixage, etc. Les

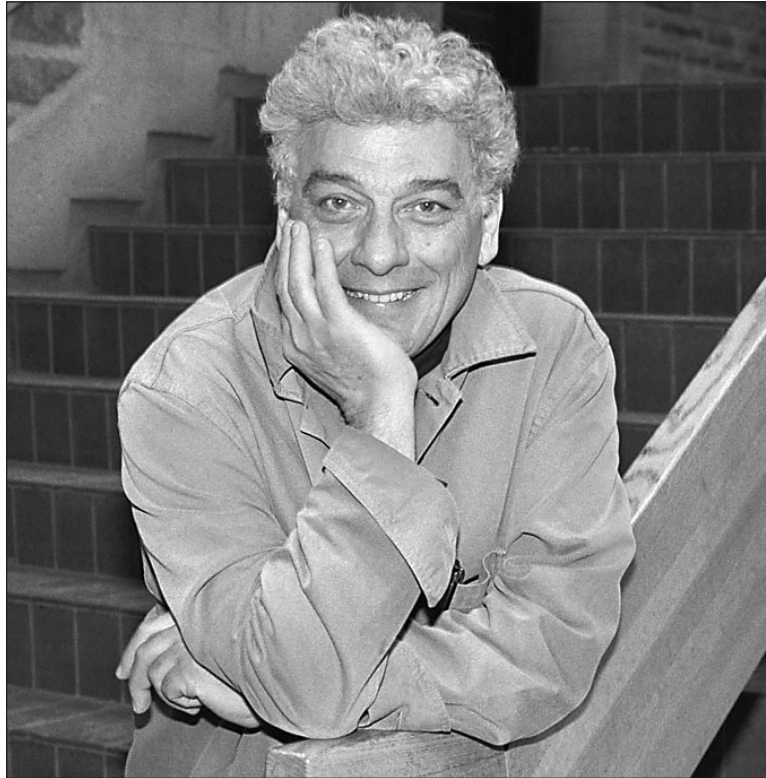


Photo : Nathalie St-Pierre

**Paul Tana, professeur au Département de communication et responsable du profil cinéma.**

quelque 25 à 30 étudiants qui y sont inscrits à chaque année sont aussi amenés à faire des courts métrages (fiction et documentaire) leur permettant d'approfondir l'étude de la réalisation cinématographique.

Pour Paul Tana, il est important que les étudiants saisissent la différence entre expression et création. «Réaliser un film sur ses vacances d'été, en tant qu'expression d'une expérience de vie, c'est très bien. Mais créer ou raconter une histoire de manière cohérente et personnelle, c'est une autre paire de manches. Il faut aussi savoir communiquer, faire en sorte que le public comprenne notre propos et ressente les émotions que l'on veut partager avec lui. Acquérir les principes de base de la narration classique constitue un pré-requis. À partir de là, on peut expérimenter de manière féconde.»

Selon le cinéaste-professeur, les étudiants du profil sont pour la plupart talentueux, éveillés, curieux, généreux et... capables d'écrire. Certains sont fascinés par un cinéma

plus commercial, américain notamment, tandis que d'autres travaillent plutôt en marge, attirés par un cinéma d'auteur de tradition européenne, observe-t-il. «Dans leurs œuvres de fiction, le regard est souvent introspectif, porté sur les relations interpersonnelles. Mais je me rappelle d'une année où les étudiants avaient décidé de réaliser une comédie musicale à partir de leurs souvenirs d'adolescence. Ce fut pour eux comme pour moi une expérience amusante et enthousiasmante.»

## Priorité à la diffusion

Le cinéma québécois est généralement en bonne santé, affirme Paul Tana. «Quand les gens vont voir un film québécois, ils en sortent souvent aussi enchantés que s'il s'agissait d'un film américain ou français. Mais faire du cinéma coûte cher et les producteurs s'attendent à ce que les films rapportent de l'argent. Dans de telles conditions, réaliser un film d'auteur, ou à caractère plus personnel, un film qui n'attirera pas les

foules, tient de la gageure.»

Règne des producteurs et des distributeurs, prépondérance de l'influence de la télévision constituent, à son avis, depuis 10 ou 15 ans, quelques-unes des caractéristiques majeures du paysage cinématographique québécois. «Pour un cinéaste, tourner une télé-série est désormais aussi prestigieux que de réaliser un long métrage et ceux qui font de la fiction télévisuelle sont généralement issus du cinéma. Il est certain que la télévision représente un moyen de diffusion fort intéressant. Cependant, on a tendance à y sacrifier les sujets plus audacieux, notamment dans le domaine du documentaire, de peur de perdre des spectateurs. C'est l'effet pervers de la recherche constante des grands auditoires.»

Parlant de diffusion, Paul Tana estime que c'est une dimension trop négligée dans l'industrie québécoise du cinéma. «Une fois qu'un film est terminé, il faut qu'il soit vu. Si les distributeurs déployaient autant d'efforts d'imagination que les scénaristes et les réalisateurs, le cinéma québécois se porterait encore mieux. Aux États-Unis, si un film coûte 50

millions \$ à produire, la même somme sera dépensée pour le vendre. Il ne s'agit pas d'imiter servilement les Américains, mais on devrait être capable de penser à des campagnes publicitaires pouvant attirer le public sans que cela nécessite des millions.

Paul Tana n'a pas tourné de films depuis 1998. Mais il a divers projets, dont un long métrage de fiction, qui sont encore au stade de développement. «Mon dernier film, *La dérouté*, n'a pas été un succès et je me suis alors retrouvé dans une sorte de purgatoire», souligne-t-il. Il en a profité pour écrire, pour concevoir des projets, et pour travailler à la réforme du programme de baccalauréat en communication (voir encadré).

«De l'énergie, du temps, de la ténacité, voilà ce qu'exige le cinéma. J'ajouterais même qu'une certaine dose de folie est nécessaire car elle permet de croire profondément aux films que l'on veut faire... condition essentielle pour qu'ils se réalisent!».

## Un programme repensé

En février dernier, la Commission des études approuvait un projet de réforme du baccalauréat en communication (médiias) sous réserve, toutefois, d'une étude de coûts pour assurer sa viabilité. Le programme comportera, à compter de l'automne 2003, un nouveau profil (stratégies de production), tout en maintenant ceux qui existent déjà (cinéma, télévision, multimédia). Fait à noter, les étudiants pourront choisir l'un des profils de spécialisation dès leur entrée au programme et y chemineront en cohorte.

Quant au profil cinéma, il offrira trois axes de formation : la réalisation (fiction et documentaire), la direction de la photographie et la post-production visuelle et sonore. Rappelons que le baccalauréat en communication, créé en 1975, exerce un grand pouvoir d'attraction avec un taux d'admission élevé et un taux d'abandon bas et décroissant. Chaque année, un peu plus de 100 jeunes, parmi 800 à 1 000 candidats, y sont acceptés. Et après un cheminement d'un an et demi, ils ont à choisir une spécialisation en cinéma, en télévision ou en multimédia ●