

Documentaire et télévision Un mariage efficace?

Véronique Bellemare Brière

Volume 21, Number 2, Spring 2003

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/33385ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association des cinémas parallèles du Québec

ISSN

0820-8921 (print)

1923-3221 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Bellemare Brière, V. (2003). Documentaire et télévision : un mariage efficace? *Ciné-Bulles*, 21(2), 32–33.

Un mariage efficace?

PAR
VÉRONIQUE BELLEMARE BRIÈRE

Pour rejoindre le plus large public, la télévision demeure certainement la meilleure tribune pour les documentaires d'ici et d'ailleurs. On pourrait donc croire à un mariage prédestiné mais, dans les faits, l'alliance est loin d'être simple. Le manque d'argent rend les acquisitions limitées et favorise souvent les productions de l'extérieur au détriment des productions québécoises. Survol de la situation à Télé-Québec, ARTV et Canal D¹.

Avec 1 000 heures de diffusion par année, soit 20 % de la grille horaire, et des plages réparties aussi bien en journée qu'en soirée et aux heures de grande écoute, Télé-Québec arrive au premier rang dans la place offerte au documentaire. L'investissement total de la station est d'environ 60 % en documentaire contre 40 % en fiction. Selon Mario Clément, directeur de la programmation de la chaîne publique, «la station veut favoriser la diffusion du documentaire afin que ce genre important, bien qu'il ne soit pas rentable, puisse se maintenir en vie et atteindre le plus grand dynamisme possible».

Ainsi, si Télé-Québec favorisait auparavant une forme de documentaire plus sociale et militante, elle a dû se réorienter en constatant qu'elle forçait l'ensemble des documentaristes à entrer dans un créneau qui ne convenait pas nécessairement à tous. Depuis, on a fait éclater les frontières et on présente des documentaires de tous genres — scientifiques, culturels, sociaux —, courts et longs métrages ayant des approches variées. Il n'existe pas de quota maximal par créneau; on mise avant tout sur la qualité, tout en essayant de maintenir une sélection diversifiée. On a d'ailleurs ouvert des cases horaires de durée variable, spécialement pour la présentation de ces différents

genres (ARTV et Canal D offrent aussi une case horaire, qui permet d'outrepasser les 52 minutes habituelles). Pour Mario Clément, il est important de montrer cette diversité et de «faire en sorte que toutes les approches de l'univers audiovisuel soient le mieux représentées possible». Ainsi, le diffuseur souhaite servir de levier de financement et d'encadrement aux projets les plus porteurs, qui offrent une ligne éditoriale solide, et ce, indépendamment du sujet traité. Télé-Québec s'engage donc, à la suite de l'étude de plus de 300 projets soumis à la direction du développement, dans la production d'une quarantaine de documentaires par année. Cependant, selon Mario Clément, les nouvelles règles du Fonds canadien de télévision peuvent avoir un effet désastreux sur la production québécoise «parce que les besoins industriels ont fait naître le genre en série. Cela donne un document hybride, entre le magazine et le *talk show*, qui a sa place mais qui est souvent subventionné au désavantage de véritables documentaires d'auteur».



Télé-Québec
telequebec.tv

Sur le plan des acquisitions, la chaîne publique investit principalement dans des productions de l'extérieur, à l'exception de la case sociale, qui est occupée exclusivement par le documentaire québécois. Un documentaire français, par exemple, sera acheté en moyenne 6 000 \$ dans les marchés internationaux. Quant aux productions originales, elles coûteront entre 50 000 \$ et 80 000 \$ chacune — cette somme étant partagée entre plusieurs investisseurs. Le public visé par la station (sur le plan du documentaire) est un public adulte, cultivé et peu téléphile, qui rassemble

1. En ce qui a trait à la Société Radio-Canada, qui représente une autre importante fenêtre de diffusion du documentaire, il s'est révélé impossible de rencontrer un responsable pour une entrevue, de sorte que nous ne pouvons vous dépeindre ici la situation de la télévision d'État dans ce domaine.

les 400 000 à 500 000 amateurs de documentaires du Québec. Selon les cases horaires thématiques, les cotes d'écoute varient de 75 000 à 200 000 téléspectateurs. Au cours des prochaines années, Télé-Québec espère s'allier au milieu afin de maintenir un encadrement qui permette au genre documentaire de vivre tout en atteignant une stabilité dans le volume de production.

Du côté de la chaîne culturelle semi-publique ARTV, le portrait est bien différent. La nouvelle chaîne a choisi de diffuser principalement de la fiction et compte au total environ 150 heures de diffusion de documentaires (dont 52 heures de programmation originale) annuellement. Comme le spécifie Jacinthe Brisebois, chef des acquisitions et des productions extérieures, en raison des restrictions budgétaires, la chaîne mise davantage sur l'acquisition (plus de 60 % provient de l'étranger) que sur la production de documentaires. Cependant, depuis le lancement de la chaîne il y a deux ans, une dizaine de productions canadiennes ont été sélectionnées chaque année en préachat — lesquelles ont été produites par ARTV, conjointement avec d'autres chaînes partenaires, particulièrement la chaîne anglophone Bravo! Le choix des documentaires se fait naturellement en fonction d'une vision culturelle et artistique marquée, laissant place à toutes les disciplines de création, allant du design industriel à l'opéra. Si le reportage et le documentaire social sont exclus de la programmation d'ARTV, Jacinthe Brisebois ne fait pas de distinctions entre le documentaire au sens large et le documentaire d'auteur. Pour elle, «c'est la valeur du document qui importe et la rigueur du développement. Nous essayons d'avoir la plus grande ouverture d'esprit possible en présentant des œuvres qui ne seraient pas diffusées ailleurs».

Dans la programmation d'ARTV, les portraits d'artistes ont la faveur des dirigeants. «Nous avons essayé de présenter des démarches de création, mais cela n'a pas fonctionné, car le discours des artistes est peu accessible.» Alors qu'on reproche à ARTE, son homologue européenne, d'être trop élitiste, ARTV se veut une chaîne plus accessible, dans une vision de détente et de plaisir. Sans quota prédéterminé et selon l'offre disponible, la station sélectionne des documentaires destinés à un public adulte majoritairement constitué d'hommes de 40 ans et plus (50 % contre 40 % de femmes). Les cotes d'écoute de la station rejoignent actuellement 0,03 % du marché. ARTV prévoit poursuivre dans sa voie actuelle, tout en définissant peu à peu le ton qui conviendra parfaitement à son public. Toutefois, le nombre de productions cofinancé par la chaîne risque de diminuer en raison des restrictions budgétaires. «Le premier rôle d'une chaîne spécialisée demeure celui d'être diffuseur», rappelle Jacinthe Brisebois.

La vision de Canal D tranche considérablement avec celles des deux chaînes précédentes. Comme l'avance Bruno Beaulieu, vice-président à la programmation, la station a, pour sa part, adopté une orientation d'enquête et de divertissement en matière de documentaire. À l'étape de sélection de documentaires à acquérir ou à produire, le critère primordial guidant le choix des décideurs est l'intensité de la trame dramatique. Composé essentiellement d'hommes âgés de 25 à 54 ans, le public a droit à une majorité de productions originales, traitant surtout de criminalistique, de catastrophes et de grands projets d'ingénierie, par l'entremise d'enquêtes journalistiques et de biographies. Les mini-séries constituent la majeure partie de la grille. L'ensemble des documentaires diffusés à Canal D sont exclusifs ou présentés en «première fenêtre» de diffusion, contrairement à ARTV qui doit presque toujours diffuser en «seconde fenêtre» les documentaires qu'elle coproduit, n'ayant pas les moyens d'être l'investisseur principal.

Malgré le succès récent de certains films en salle, la télévision demeure le lieu déterminant pour la diffusion de documentaires. Et devant l'importance d'affronter ce que l'on qualifie maintenant de «mondialisation de l'audiovisuel» Mario Clément, affirme que, «dans cette mer de productions commerciales de divertissement, il est important de soutenir la production du cinéma documentaire d'auteur et de lui offrir une tribune intéressante, afin qu'il puisse avoir un impact sur les autres genres, de façon à constituer une culture des plus variées, ceci sans être à la merci des pressions extérieures. Il ne faut pas oublier que le documentaire est une des principales monnaies d'échange du cinéma québécois pour l'exportation. Or, rien ne le favorise en ce moment au Québec. Il est pourtant plus facile d'établir une communication entre les cultures par le biais du documentaire que par n'importe quel autre genre». Télévision et documentaire: un mariage toujours à définir. ■