

VIDEO FEMMES: UN FEMINISME IMPLICITE

Jeanne Painchaud

Vidéo Femmes, an autonomous video production collective and distribution centre in Quebec City, has been involved in the field of feminist communications for thirteen years. They currently have a bank of 120 productions which they distribute. Jeanne Painchaud discusses the group's history with one of its pioneer members, Nicole Giguère.

C'est en grande pompe que se tiendra à Québec le dixième Festival des Filles des vues, du 11 au 15 mars 1987. Il est organisé une fois l'an par Vidéo Femmes, un collectif de Québec qui en est à sa treizième année dans le domaine des communications féministes, tant comme groupe autonome de production vidéo que comme centre de distribution. C'était l'occasion rêvée de rencontrer Nicole Giguère, une des pionnières dans cette aventure, pour lui demander les secrets de la longévité de leur collectif et de la résistance de leur féminisme qu'elles vivent au jour le jour. Volubile et pleine d'enthousiasme, elle parle à bâtons rompus et retrace les grandes lignes de la petite histoire de Vidéo Femmes.

"L'équipe des réalisatrices de Vidéo Femmes est intéressée à ce métier-là d'abord à cause du métier: on est d'abord des réalisatrices avant d'être des réalisatrices féministes. Et ça, ça change la perspective. Au départ, on n'était pas un groupe de femmes qui militaient pour le droit des femmes et qui utilisait la vidéo pour faire passer les idées. On était plutôt un groupe de femmes qui voulaient faire de la vidéo et du film. On a décidé de se spécialiser dans des sujets de femmes. Les sujets de préoccupations sociales marchaient beaucoup à l'époque et c'est ce qui nous tenait le plus à coeur."

"C'est comme ça qu'on a réussi à survivre, je pense, parce qu'on a une spécialisation. On a créé tout de suite un réseau. Maintenant, dans n'importe lequel cours, dans n'importe lequel groupe, le réflexe est d'appeler Vidéo Femmes pour obtenir un document sur les femmes. On a en distribution seulement des productions faites par des femmes ou exceptionnellement, co-réalisées avec des hommes, et on produit

des choses faites par des femmes (mais on n'est pas fermé à des productions d'hommes, si les thèmes nous intéressent). On a bâti notre réputation comme ça."

À l'heure actuelle, le collectif a une banque de 120 productions en distribution. Bien que les préoccupations sociales restent la base de leur réseau, les réalisatrices s'ouvrent graduellement et diversifient les thèmes et les formes. Du côté des documents artistiques et de la vidéo expérimentale, par exemple.

Mais pourquoi avoir choisi le monde de la vidéo plutôt que celui du film?

"On a commencé avec la vidéo parce que c'était plus facile d'accès et plus facile à manier. Depuis, ça s'est sophistiqué. On a évolué avec le médium vidéo qui était assez nouveau à l'époque et on y a tout de suite pris notre place. Notre compétence n'a jamais été mise en doute, même si on était des filles. On était les premières à l'utiliser! À Québec, on a initié la plupart du monde, même les gars, en vidéo. Les gens venaient nous demander des conseils en montage, en équipements. Même les compagnies de vidéo commerciale sont venues pour voir ce qu'on avait. Ça fait douze ans qu'on est là, les autres sont venues après nous!"

"On n'a donc pas eu à se battre contre personne. De ce côté-là, ça été plus facile en vidéo que dans le film. On est notre propre maison de production, qui distribue nos propres réalisations. On s'est donc vraiment développé de manière indépendante parce qu'on ne produisait pas de films. À l'époque il n'y avait rien en vidéo, donc il a bien fallu se débrouiller seules! Aujourd'hui on a un peu d'aide de la Société générale du cinéma pour notre festival, pour notre stage au Japon, etc."

De plus, la vidéo laisse à l'intérieur de ses propres productions une marge de manoeuvre beaucoup plus grande qu'en cinéma. "La post-production nous intéresse beaucoup et c'est la partie la plus intéressante en vidéo. Toutes les étapes dans le film sont archaïques: il y en a tellement et il y a tellement de monde qui intervient que tu perds tout contrôle. La vidéo, c'est tellement plus simple. Il y a tellement plus de possibilités, et tu contrôles tout toi-même. Tu n'envoies rien à un laboratoire pour le mixage du son, ou dans un autre pour les sous-

titres, par exemple!"

Vidéo Femmes croit beaucoup en l'avenir de la vidéo, et a su s'adapter aux progrès techniques du médium. Le groupe est passé du noir et blanc à la couleur, dans le but d'élargir sa diffusion. D'autres refusaient de le faire, prétextant ne pas vouloir entrer dans les schèmes commerciaux pour rester accessibles aux groupes populaires: ils en sont morts. Le collectif explore maintenant les nouvelles avenues qu'offrent entre autres les effets spéciaux et les vidéos-clips. "On veut essayer de prendre ces moyens-là pour les mettre au service de la créativité et de l'imagination et faire passer autre chose." "*Je voudrais voir la mer,*" interprété par Sylvie Tremblay et réalisé par Nicole Giguère, a été le premier vidéo-clip fait par une femme au Québec, sinon au Canada.

Le groupe essaie de concilier forme et fond dans chacune des productions, soit un projet qui veut dire quelque chose tout en ayant une forme. Mais comment Vidéo Femmes choisissent-elles entre les vidéos à distribuer et les autres à produire, sans oublier qu'elles travaillent dans le domaine des communications féministes?

"On n'a jamais eu de cadres, de grilles d'analyse bien structurées, de critères et de points précis. Et je pense que c'est ce qui nous a sauvées d'une certaine façon, on a vu tellement de groupes féministes être continuellement divisés par des conflits idéologiques, etc. Lorsqu'on sélectionne une vidéo, on ne passe pas trois heures à discuter si c'est assez féministe ou si ça ne l'est pas. De toute manière, ça devient de plus en plus difficile de le définir ce mot-là. Si on trouve que c'est un bon document, qui suscite une discussion, qui fait avancer, qui fait discuter sur certains thèmes, si ça va dans le sens d'un avancement et non d'un recul, alors on le prend."

Féministe ou pas, ce sont des questions qu'il faut se poser à chaque fois, puisque chaque situation est différente. Et pour Vidéo Femmes, il reste l'essentiel, qui tient dans cette envolée de Nicole Giguère: "En fait, c'est la femme qui s'approprie le médium." C'est cela un féminisme implicite!

Jeanne Painchaud est étudiante en Études françaises à l'Université de Montréal.