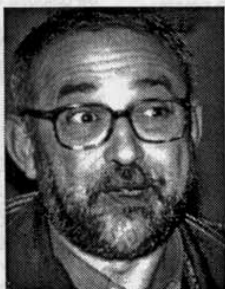


# MOI, JE FAIS DU D.C.C.

L'éditorial de CTV, dans le dernier numéro de VISION, repose le vieux débat linguistique du «signifié» et du «signifiant». Débat que l'on pourrait négliger, ou même qualifier de risible, s'il ne conditionnait, à terme, notre propre survie (*de diaporamistes, s'entend!*). En effet, nous qui nous pensons «artistes», donc par définition même, hommes de communication, nous voilà incapables de définir auprès «des autres» l'objet même de notre art. Aucune prétention de ma part, lorsque j'emploie le mot «art». Ce mot désigne simplement l'ensemble des techniques conduisant à un produit fini. Ce produit que nous avons, nous, l'habitude de désigner par le terme «diaporama».



Or le terme «diaporama», comme toutes choses, a évolué depuis sa création et voilà que l'idée que se fait le grand public de notre production ne correspond plus à la réalité de notre production. Faut-il commander une étude coûteuse auprès d'un institut de sondages pour connaître la connotation du terme «diaporama»? Je ne le pense pas. Nous savons tous que pour une très large majorité de notre public potentiel, ce terme désigne, en gros, «une conférence plus ou moins longue, réalisée le plus souvent à partir d'images de voyages». Quel est le pourcentage de ce public potentiel qui associe spontanément le mot «diaporama» à «œuvre de création de durée inférieure à 12 minutes»? Pour ma part, je pense ce pourcentage infime! Nous connaissons tous, l'étonnement admiratif de personnes découvrant notre art, à la fin d'une de nos soirées de projection... Ceux là reviendront... Mais devons-nous (pouvons-nous?) nous contenter de ces maigres pêches?

L'examen de l'évolution d'autres arts audiovisuels, proches du nôtre, pourrait de même nous renseigner sur notre propre évolution, nous donner des leçons. Les courts métrages cinématographiques par exemple. Les courts métrages, pour de multiples raisons, trop longues à développer

dans cet article (cela serait intéressant, mais risquerait d'ennuyer Philippe D.L.M et quantité d'autres lecteurs!), ne rassemblent plus qu'un public confidentiel. Cet art du court métrage possède (possédait?) pourtant sa propre syntaxe, sa propre culture, ses propres grands noms (les Franju, Varda, Maclaren et autres

Trnka...) qui le différenciaient du «long métrage» et faisaient sa spécificité. Ma phrase n'est peut-être pas en bon français, mais j'emploie, à dessein, l'imparfait mortuaire! «L'œuvre vidéo» dite «d'amateur» connaît des problèmes de diffusion pires que les nôtres car elle est trop souvent assimilée à l'œuvre télévisuelle. C'est la connotation d'amateurisme qui handicape cet art. Pour le «grand public» autant rester chez soi, au chaud, gratuitement, avec des professionnels!

Mais revenons à notre problème. Notre produit fini n'est pas un «diaporama» ou plutôt n'est pas un «Diaporama Tout Court» (un D.T.C.). Notre produit fini est un «Diaporama Créatif Court» (un D.C.C.). Pour ma part, je crois absolument nécessaire d'instaurer cette distinction et de savoir l'imposer. Alors, me direz-vous, y aura-t-il en décembre 98, à Saint-Chamond une «Première biennale internationale du diaporama créatif court»? Non car, à l'unanimité, l'équipe de Saint-Chamond a trouvé ce titre créatif mais... trop long! Par contre, dans toutes nos actions de communication, avant, pendant, et après notre festival, nous utiliserons, autant que faire se peut, cette appellation de «Diaporama Créatif Court».

Le but de cet article est de faire savoir aux lecteurs de VISION que l'appellation «D.C.C.» n'est pas une appellation contrôlée, une marque déposée, elle n'a pas fait l'objet d'un dépôt de brevet - s'en sert qui veut! Et à la question qui nous est souvent posée: «Ah! vous faites du Diaporama?», osons répondre dorénavant: «Non! moi je fais du Diaporama Créatif Court».

Maurice Guidicelli



Suite de la page 9

manifestations, sous le prétexte qu'ils font partie d'une organisation fédérale ou autre.

C'est à mon sens faire peu de cas du dévouement et du bénévolat des organisateurs ainsi que de leurs problèmes budgétaires pour oser espérer «rabioter» quelques francs sur la caisse! Merci, si vous le pouvez, d'exprimer ma désapprobation à leur égard. » Encore une fois bravo et, si VISION devait grandir, je suis de ceux qui ne verraient pas d'inconvénient à des frais un peu majorés pour ce faire ».

La rédaction: Merci de votre appui et d'apprécier le sens de notre démarche.

\* R.R. du Loiret - «Je renouvelle mon soutien à VISION mais, ne pouvant faire partie d'aucun club diaporamiste, j'aimerais être tenu au courant des nouveaux matériels apparus sur le marché, des nouveaux procédés de synchro, savoir ce qu'on peut espérer du mini-disc, du son numérique. L'ouvrage «Le diaporama, etc.» est maintenant dépassé sur ces plans et les revues photo ne s'intéressent pas au diaporama... ou si peu.

Par ailleurs, j'avoue que les longs comptes rendus des festivals ne m'intéressent guère, mais c'est une opinion toute personnelle.

La rédaction: Nous faisons et ferons tout ce qui est possible pour répondre aux attentes de tous nos lecteurs, à condition, d'une part, qu'elles s'expriment et, ensuite, qu'elles correspondent à nos possibilités de rédaction et de publication. Comme dit dans notre éditorial, avec l'achèvement du B.A, BA de «Diaporama Story» (rubrique demandée par de nombreux lecteurs), ce sont des articles plus spécialisés qui essaieront d'apporter du sang neuf et d'actualité à nos connaissances techniques.

\* M.C. du Val d'Oise - «... Enfin, je souhaiterais une liste de «bonnes adresses» et une rubrique «occasions». J'attends donc beaucoup de VISION. Cela dit, félicitations pour votre dévouement et bon courage pour la suite. »

La rédaction: Nous sommes en train de constituer un répertoire «fabricants et distributeurs» en réponse à plusieurs demandes. Quant à une liste des occasions, notre rubrique «petites annonces» les accueillera à chaque fois qu'elles se manifesteront.