

[♪♪♪]

Vous écoutez Futur et médias, une série de balados sur les transformations et les tendances émergentes dans l'industrie des médias et du divertissement.

Je m'appelle Catherine Mathys.

[♪♪♪]

On poursuit notre exploration de la nécessaire adaptation de l'industrie des écrans imposée par la crise de la COVID-19.

Aujourd'hui, on se penche sur le secteur de la réalité étendue ou la XR, qui regroupe les diverses formes de réalité immersives, comme la réalité augmentée, la réalité mixte ou la réalité virtuelle.

[♪♪♪]

Les impacts de la crise sanitaire liée à la COVID-19 se sont fait sentir dès le premier jour du confinement dans le secteur de la XR. D'abord par une coupure nette des points de rencontre avec le public causé par la fermeture des lieux de diffusion des expériences immersives. Ensuite, par l'annulation, un après l'autre, de la portion physique de tous les grands événements, festivals et marchés internationaux qui présentent des oeuvres XR.

Pour discuter du regard optimiste que porte le secteur de la XR sur l'avenir, je rencontre Myriam Achard, Directrice des relations publiques et communications au Centre Phi et Sandra Rodriguez, sociologue des nouveaux médias, directrice de création et réalisatrice d'oeuvres interactives et immersives telles que [Chomsky vs Chomsky](#) et [Manic](#) VR.

[♪♪♪]

01:54

- **Catherine Mathys (CM):** Sandra Rodriguez, bonjour.
- **Sandra Rodriguez (SR):** Bonjour.

- **CM:** Ça va bien?

- **SR:** Ça va très bien!

- **CM:** Oui? Parce que j'ai envie de vous poser une question toute simple parce que vous portez plusieurs chapeaux, mais ma première question s'adresserait à l'artiste en fait. Comment se porte la créatrice que vous êtes en cette étrange période de confinement qu'on vit là?

- **SR:** Euh ben c'est en fait une période de lancement d'idées et de lancement de projet. Je sens que, comme beaucoup d'autres personnes dans la communauté de réalité augmentée ou virtuelle ou autre. En fait, des créateurs qui travaillent avec des outils numériques, c'est un moment où il y a des nouvelles opportunités, des nouveaux obstacles pis beaucoup, beaucoup de remaniement de façons de fonctionner. Donc c'est... Ça pourrait être un peu effrayant, mais en même temps on dirait que tout le monde est un peu dans le même bateau donc ça peut aussi devenir stimulant.

Tout le monde à l'air d'avancer sur des projets sans trop savoir comment ils vont devoir être ajustés en cours de route. Donc, c'est un peu comme revenir quelques années en arrière où est-ce qu'on balbutiait beaucoup plus dans le domaine-là. Donc, c'est ça. Je me dis ça va bien. La créatrice va bien, elle a plusieurs projets en chantier puis... Mais, des projets où on arrive même plus à définir ça va être quoi la plateforme. L'objectif c'est d'être flexible et adaptable.

- **CM:** Mais ce que j'entends est assez positif là. On n'est pas au beau fixe. On n'est pas en train d'attendre une espèce de reprise d'activités quelconque là. Les projets vont de l'avant, ils se transforment, c'est ce que j'entends, mais ils vont tout de même de l'avant.

- **SR:** Ben ce qui est le fun, ce qui est un peu original dans le milieu, c'est qu'on peut jamais être au beau fixe parce que, surtout quand on travaille avec des médias émergents, à chaque fois qu'on développe des projets on est presque souvent en retard des prochains jouets pis des prochaines technologies qui débarquent pis tout à coup tout le monde veut le faire exactement juste pour cette plateforme-là. Les projets qu'on créer ne doivent jamais être à la remorque des développements technologiques, on doit toujours s'adapter à ce qui s'en vient pis qu'on ne connaît pas.

Dans le contexte actuel, on ne sait pas ce qui s'en vient donc c'est comme un défi de plus. C'est sûr que ça veut dire plus de remise en question, mais c'est pas comme si c'était quelque chose d'inhabituel.

Donc, je trouve que c'est quand même assez rassurant contrairement à d'autres milieux où vraiment c'est une pause, tout le monde est au beau fixe il y a rien à faire. On pourrait en discuter, mais je trouve qu'en plus, dans ce milieu-là, c'est le contraire. Il y a des demandes, tout à coup, d'endroits qu'on n'imaginait pas.

04:25

Habitée de s'adapter à ce qu'elle ne connaît pas encore, la communauté de XR s'est rapidement mise en mode solutions et démontre, une fois de plus, son impressionnante capacité d'innovation et sa rapidité à rebondir.

Pour preuve, plusieurs projets sont nés en réaction aux nouveaux paramètres imposés par la situation actuelle, comme en témoigne Myriam Achard, Directrice des relations publiques et communications au Centre Phi.

Myriam Achard (MA): Alors, le premier projet qui est né du confinement il est né, en fait, une semaine autour du 20 mars plus ou moins. C'est un projet qui s'appelle Empreintes Vivantes. C'est un projet qu'on a réfléchi pour notre communauté justement, pour notre public. Puisqu'on ne pouvait plus accueillir des gens chez nous physiquement, comment faire en sorte de quand même être capable de garder ce lien qu'on a tissé depuis 8 ans, maintenant, que le Centre Phi est ouvert. Donc Empreintes Vivantes, c'est à la fois un projet de cadavre exquis où on a demandé à notre communauté de nous nourrir de leur réflexion, de nous nourrir de leurs mots. Et on a créé, donc, un site, où à chaque jour, on mettait à jour ce cadavre exquis avec des phrases de notre communauté.

Et ensuite, en même temps est né Minute par minute, qui se retrouvait aussi sur Empreintes Vivantes et qui est, en fait, un projet où les gens devaient nous envoyer une oeuvre soit qui dure une minute ou soit qu'ils ont pris une minute à créer. Mais quand on parle d'oeuvre on parle de dessin, on parle de peinture, on parle de musique et ça a été un baume, j'ai l'impression, en fait pour nous, pour notre équipe, de voir que les gens répondaient présents à ce point-là, ça a été extraordinaire.

- **CM:** Donc, c'est projets-là sont nés et là vous avez poussé quand même la note un peu plus loin en voulant développer un projet de location de casque de réalité virtuelle. Et ça, j'avoue que ça nous a tous beaucoup étonnés parce qu'il fallait y penser là. C'était pas évident au départ. Comment ça vous est venu cette idée-là?

(MA): Encore une fois, *think outside of the box*. C'est très cliché à dire, mais il a fallu le faire. Donc ce projet de VR TO GO, comme vous le disiez bon le Centre Phi est connu pour, entre autres, ses expositions qui sont à l'intersection entre art et technologie, des expositions où, depuis plusieurs années, on met de l'avant la réalité virtuelle. Et on s'est dit: « comment, encore une fois, le public ne peut plus venir chez nous, comment est-ce qu'on peut rentrer chez les gens? »

Et c'est comme ça qu'est née cette idée de VR TO GO, donc un service de location de casque Oculus Go. Les gens vont sur notre site, procèdent à la location d'un casque, le casque est livré chez eux. On a deux jours de livraison: le mardi pour le reste de la semaine puis ensuite le vendredi pour le week-end Les livraisons sont faites à vélo ou en voiture électrique. Et ben les familles, parce qu'on sait qu'évidemment quand une personne loue un casque, il y sans doute plusieurs personnes à la maison qui vont pouvoir le tester, ont accès à plus de deux heures de contenu. Du contenu sélectionné par l'équipe de Phi. Des contenus qui nous viennent de partout à travers le monde et 48h à 72h plus tard ben il y a quelqu'un qui repasse chez eux qui récupère le casque. Le casque est ramené au Centre Phi, nettoyé évidemment de façon vraiment exhaustive avec une machine qui utilise les rayons ultra-violets, *repackagé* et repart ensuite chez quelqu'un d'autre.

CM: Wow. Et ça fonctionne bien là je pense? Parce que j'ai vu plusieurs personnes qui n'avaient pas réussi encore à obtenir leur 48h donc, visiblement, la clientèle est au rendez-vous là.

MA: La clientèle est vraiment au rendez-vous. Donc, ça a été lancé il y a maintenant, je crois, plus ou moins trois semaines. Au moment du lancement, en quelques heures, les premiers jours étaient *sold out*. Les week-ends fonctionnent vraiment, vraiment bien. C'est... On n'avait aucune idée, en le lançant, si ce projet allait fonctionner. On s'est dit si on ne le teste pas, on ne le saura pas et c'est un succès extraordinaire. On est plus que ravi de ce projet qui continuera après le déconfinement en fait.

[♪♪♪]

09:14

La réalité virtuelle a tenté plus d'une fois de prendre son envol. Serait-on, à l'aube d'une "nouvelle renaissance" de la réalité virtuelle?"

SR: C'est très bien dit que la réalité virtuelle a été amenée à naître à plusieurs reprises. En fait, c'est que l'idée, le concept de la réalité virtuelle n'est pas nouveau. On le sait, on se le fait répéter souvent, mais dès les années 1950 on développait des outils qui permettaient de faire de la visualisation 3D derrière un casque. Donc, l'objectif de pouvoir être à distance dans un lieu qui nous paraît soit réaliste soit complètement inventé, ça fait longtemps que ce rêve-là on le promène.

Puis quand on dit qu'il renaît à chaque fois, c'est qu'on dirait que l'équation, ou l'adéquation entre la possibilité de vivre dans ces mondes virtuels là puis qu'est-ce qu'on en ferait accroche pas. Donc pendant un long moment, on s'est dit: « on veut développer la réalité virtuelle, mais qui va y accéder? » Puis, on se disait: « Un jour, tout le monde va avoir un casque à la maison, tout le monde va être capable d'accéder à des contenus de réalité virtuelle pis là, ça va être facile, on va vite comprendre le besoin qu'on a pour ce genre d'outils là. » Sauf que ça coûte cher. Les gens n'arrivent pas à avoir des casques à la maison et n'en veulent pas nécessairement. C'est un peu comme à créer un espace de création, mais aussi des besoins puis on n'en veut pas. On a assez de *bébélles* dont on n'a pas toujours de besoin.

CM: C'est justement le terme que j'allais utiliser, j'ai pas osé!

SR: Mais tout à coup, des espaces qu'on appelle en anglais des "location-based virtual reality". Donc des espaces de réalités virtuelles pour des lieux spécifiques d'exploration. On peut penser, ici, au Centre Phi, à Montréal, mais ailleurs, dans le monde, certains festivals aussi qui sont des lieux d'expérimentations où on peut voir des oeuvres physiquement dans un endroit précis. Donc, ce qu'on appelle le *location based virtual reality*. Tout à coup, c'est arrivé comme une solution. C'est-à-dire que, pendant longtemps, on se disait: « tout le monde vont avoir un casque à la maison », mais les gens ne sont pas prêts à payer ce que ça vaut pour avoir un casque et faire deux trois jeux avec. Tout à coup, d'avoir des espaces où on peut accéder à des contenus, c'est devenu une belle solution. Là, renaissance à nouveau de la réalité virtuelle. Les gens ont commencé à s'y intéresser beaucoup plus parce qu'ils pouvaient accéder à beaucoup de contenu en payant un billet. Tout à coup, pour un prix tout à fait modique, on est capable d'accéder à beaucoup d'expériences, voir des styles différents, découvrir des artistes différents.

On commençait à se rapprocher d'un besoin, d'une réalité, pis d'une offre qui commençait au moins à se répandre. Avec la covid, rebelote, de retour dans les questionnements, on recommence. Oui, il y a le confinement, donc oui il y a beaucoup de festivals qui ont été obligés de reporter

leur date prévue, mais il n'y a pas juste ça. Il y a aussi le public. Est-ce qu'il va être à l'aise de remettre un casque sur sa tête aussi facilement qu'avant?

CM: Un casque qui ne lui appartient pas soulignons-le.

SR: Qui ne lui appartient pas oui soulignons-le. Un casque, donc, se rendre dans un espace qui ressemble à un musée, par exemple, ou un festival ou un espace plus muséal. On lui prête un casque, qui est nettoyé, bien sûr, devant lui. Mais quand même. On voit certaines préoccupations qu'on a aujourd'hui à partager certaines de nos choses, c'est lié à la COVIS, mais on pourrait imaginer que dans l'avenir il y ait d'autres virus aussi.

Donc, ça aussi c'est un gros défi. Tout à coup, c'est pas juste les festivals, mais les espaces de diffusion qui se disent: « même si les gens revenaient dans deux trois mois, est-ce qu'ils seront prêts à se mettre des casques comme avant? » La réalité, c'est qu'il y a beaucoup de moyens de rendre un casque complètement aseptisé. Donc, le Centre Phi est en train de développer certaines de ces pratiques, notamment des rayons UV. Mais ça pousse, c'est clair que ça nous pousse à réfléchir à d'autres façons de fonctionner.

Pour ma part, les oeuvres que j'ai présenté juste au mois de janvier et février, qui étaient des oeuvres de réalité virtuelle, on est en train d'explorer des plateformes holographiques. Est-ce que les gens peuvent interagir avec des plateformes holographiques interactives, par exemple?

[♪♪♪]

13:30

CM: Il y a un autre test dont on a pas parlé encore et que vous avez fait dans les dernières semaines avec le projet Phi Virtuel.

MA: Donc Phi Virtuel, c'est un projet, également qui est né du confinement. Donc, j'ai des collègues qui ont recréé un environnement qui ressemble au Centre Phi. Surtout au rez-de-chaussée avec de grandes fenêtres. Ces mêmes collègues qui ont créé un avatar à mon image!

CM: On s'amuse un peu!

MA: Les cheveux frisés les grosses lunettes pour ceux qui me connaissent. Et puis, ce qu'on a eu envie de faire, c'est qu'on a eu envie d'inviter des gens qui évoluent dans le milieu de la XR, mais des gens qui sont installés partout à travers le monde. Donc on avait Toby Coffey qui est du National Theatre à Londres. On a Math Damsbo qui lui est basé à Copenhague et on avait Sandra Rodriguez qui elle est basée à Montréal. Donc, chacune de ces personnes était chez elle avec un casque, un Oculus Quest et on s'est tous retrouvé dans cet espace, donc live, on s'est tous retrouvé dans cet espace recréé du Centre Phi et on a discuté de différents sujets. Du fait que les créateurs de VR sont des êtres résilients qui s'adaptent, qui ont dû s'adapter. Du fait que, bon, la VR pour tout ce qui est des territoires un peu inconnus...

Et j'étais, moi, avec un avatar. Eux avaient des avatars qu'ils avaient choisis. Un était un beigne et l'autre qui était une grenouille. Le fait d'avoir un avatar à l'image humaine entouré d'avatars assez rigolos ça amène du sérieux, mais, ce qui est important, c'est que nous on ne s'est pas pris au sérieux. Et on a eu un plaisir incroyable.

Ça a duré, je pense, 35-40 minutes et c'était diffusé... Donc, nous on était en VR, mais tout ça était diffusé live sur différentes plateformes. Donc un Facebook Live, sur notre *channel* YouTube, sur le site du Centre Phi. Et le nombre de commentaires qu'on a eu comme quoi il faut en refaire d'autres, c'est... À la fois des gens qui viennent du monde de la XR qui nous suivait, mais d'autres qui ne connaissent pas nécessairement ce milieu-là et ç'a été un vrai coup de coeur comme projet.

CM: Ben, j'ai l'impression que c'est une manière très ludique d'ouvrir, un peu, les frontières de l'industrie parce que, bien sûr, l'expérience se vit mieux avec un casque, mais il y a aussi cette espèce de manière de le vivre sur le web finalement. Donc, ce n'est pas la même chose, mais c'est tout de même accessible.

MA: C'est très, très, très accessible effectivement.

CM: Et est-ce que ça ressemble à ça, la suite des choses pour des rencontres internationales? Parce que le maillage là, c'est important dans cette industrie-là. Les événements, les festivals, toutes sortes de marchés, d'occasion de se rencontrer, de créer des liens, de créer des projets ensemble. Est-ce que, pour un certain temps, ça pourrait avoir l'air de ça?

MA: Je pense qu'on est en plein dedans effectivement. Il y a certains festivals qui ont réagi très très rapidement, au moment de l'éclosion de la pandémie et qui ont dû devenir, qui ont fait, en fait, des événements virtuels. Je pense que, pour les prochains mois, ça ressemble à ça. Mais reste qu'il n'y a rien comme un vrai contact humain et on va revenir à ça à un moment donné. Ça ne peut pas être que du virtuel selon moi, mais il y aura, sans doute pour les prochains mois, beaucoup beaucoup d'événements qui devront se tenir de cette manière.

CM: Ou peut-être avoir des formules hybrides à la fois...

MA: Hybride oui.

[JJJ]

17:57

CM: Est-ce que des créateurs de réalité virtuelle seraient tentés, justement, d'expérimenter. Je me demande si on n'est pas à l'aube d'une période de croissance exceptionnelle ou de démocratisation exceptionnelle de la réalité augmentée qui ne requiert pas de casque. Est-ce qu'il y aurait pas une mutation possible de ce côté-là? Une expérimentation avec, comme vous le dites, différentes formes de contenus immersifs. Est-ce que ce serait une possibilité en tout cas, pour les prochains mois, voire les prochaines années?

SR: Ben, je le pense bien. En fait je l'espère. Un des premiers problèmes qui revient, justement, avec toutes les renaissances de la réalité virtuelle, c'est le problème de l'accessibilité. Pis comme on était en train de dire, en fait, la réalité de rendre accessible à l'aide d'espaces dédiés à cette diffusion-là. Si celle-là est remise en question, bien la question de l'accessibilité aux oeuvres de réalité

virtuelle revient en fait. Puis quand cette question d'accessibilité là revient, en fait, on repense soit aux espaces soit aux outils.

En repensant les outils, les gens ont des téléphones. Depuis longtemps on veut que la réalité augmentée devienne justement une manière d'accéder à un plus large public avec des oeuvres virtuelles, elles ont quand même des problèmes. Soit elles sont limitées, elles sont limitées en termes d'interactivité aussi. On peut circuler autour de certains petits avatars, par exemple, mais c'est quand même limité ce qu'on arrive à y faire. Pis ça accroche. Je connais beaucoup de créateurs qui travaillent uniquement en réalité augmentée qui, pour eux, c'est clairement un besoin de mettre plus de financement dans la réalité augmentée pour continuer de travailler ce qu'on peut faire avec ce médium-là.

Le processus de création qu'on est amené à repenser. Je viens de terminer un dépôt pour, justement, de nouveaux projets où on demande des appuis pour être capable de les créer et d'habitude on commence nos dépôts par: « voici une oeuvre faite pour la réalité augmentée ou voici une oeuvre faite pour la réalité mixte ou voici une oeuvre pour de la réalité virtuelle ou des hologrammes. » Dans ce contexte-là, on s'est dit on va appliquer en disant en fait on fait une oeuvre immersive. On va créer ce qu'on appelle en anglais des *digital assets*, donc des atouts numériques. Ce qu'on appelle des atouts numériques c'est un élément, par exemple un personnage, par exemple un monde, qui se tiennent à part entière, qui sont développés sur des plateformes qui n'ont pas besoin d'être attachées définitivement à la réalité augmentée ou à un téléphone ou à un casque. Donc, je vais exclure un peu le charabia technologique, mais c'est un peu comme si on peut se créer des marionnettes et on se dit: « on va créer l'espace et les marionnettes, on sait juste pas encore si vous allez les voir derrière un écran, si vous allez les voir en personne, si vous allez les voir derrière un théâtre de bois. »

CM: Un espèce de coffre d'outils versatiles qui peut s'adapter selon la situation?

SR: Exactement et ça, techniquement, c'est tout à fait possible. Peu importe le médium avec lequel on travaille, on crée toujours ces outils-là. Pis quand je dis les outils, c'est pas juste l'extérieur, c'est le contenant en fait. On se créer des contenus qui ne sont pas nécessairement attachés au contenant. Jusqu'à maintenant, c'est un peu technologique comme charabia, mais, jusqu'à maintenant, les plateformes elles-mêmes rendaient l'utilisation de ces contenus-là difficiles à adapter.

Donc, par exemple, on créait une oeuvre en réalité virtuelle. Si elle était déjà créée en réalité virtuelle, la réadapter pour la réalité augmentée c'est toujours un petit peu plus compliqué. Donc, la stratégie que je suis en train de développer avec mes collaborateurs sur un projet passé, mais aussi pour des projets futurs, c'est de commencer à travailler à ce que, même dans notre demande, on se dit: « on est en train de créer les outils, on est en train de créer le contenu de notre histoire et c'est ce qui doit être développé au maximum avant de choisir le contenant. »

CM: Et est-ce que les structures actuelles de financement sont adaptées à ce type de demandes là?

SR: Pas tout à fait non. On nous demande encore de cocher des cases: « est-ce que c'est de la réalité virtuelle ou augmentée? » Déjà, dans le milieu, on parle de plus en plus de XR pour parler de toutes ces autres formes possibles. Je crois que les demandes de financement vont s'adapter et commencer elles aussi à parler d'oeuvres XR. En sachant que le changement est, ultimement, c'est vraiment la dernière étape. C'est juste qu'une fois qu'elle est déjà faite, ça devient compliqué parce que c'est des lobbys. Par exemple, si on crée une oeuvre en Oculus, pour la nommer, on crée ça pour la plateforme Oculus, la transformer en HTC c'est déjà un petit peu compliqué. Les transformer pour la réalité augmentée ça l'est aussi. Alors que dans les vrais faits, pour les créateurs, on a déjà tous les outils en main. On a déjà tout le monde créé, il suffit maintenant de choisir, comme dernière étape, dans quel format ça va être distribué.

Donc, ça devient plus facile pour des créateurs de faire sans avoir déjà des... Comment dire. Avoir acheté à l'avance le nom d'une compagnie à rattacher à son projet. Ça nous rend plus libres et je crois que ça nous rend plus libres en termes de flexibilité par rapport à un espace de diffusion qui, lui aussi, va être amené à changer. On connaît pas encore à quoi va ressembler notre espace de diffusion demain donc plus on se concentre sur ce qu'on peut créer comme outil, comme... Appelons-le des objets numériques là. Plus on crée ces objets-là numériques plus on est capable ensuite de les adapter à plusieurs sauces. C'est un peu comme avoir une boîte d'ingrédients pis on se dit: « avec ça, je suis capable de faire plusieurs recettes. »

CM: Et donc c'est comme ça que vous pensez les projets sur lesquels vous travaillez actuellement? Est-ce que la période que l'on vit actuellement change les projets que vous aviez en chantier de cette manière-là?

SR: Alors elle change, déjà, un projet qui était en chantier que je peux nommer parce qu'il a déjà été présenté en festival: *Chomsky versus Chomsky*. Qui est une oeuvre qui croise la réalité virtuelle et l'intelligence artificielle. Et là, on se dit: « l'expérience, c'est vraiment d'interagir avec un Chomsky A.I. Un être de Noam Chomsky en réalité virtuelle et en intelligence artificielle. Est-ce qu'on est capable d'amener ça sur d'autres plateformes? Et là, justement, on essaie de penser: « est-ce qu'on évite le casque? Est-ce qu'on est capable d'avoir le même genre de connexion, d'interaction, d'individu, sans avoir de casque? »

Pour d'autres oeuvres, le défi part de plus loin. On sait qu'on veut croiser la danse, la réalité virtuelle et l'intelligence artificielle à nouveau. Mais, bien sûr, la présence physique de danseur ou leur présence derrière un écran c'est deux réalités complètement différentes. Surtout quand on parle de l'utilisation du corps et comment bouger dans l'espace avec le corps. Nos défis, en ce moment, c'est: « est-ce qu'on est capable d'utiliser les outils qui existent aujourd'hui? »

Ça, c'est le côté que j'aime de la création XR. C'est qu'au lieu d'essayer de penser: « qu'est-ce que je veux créer? » Pis après ça chercher les outils pour le faire, on essaie plutôt d'imaginer une direction et à partir de là, on se dit: « quels sont les outils à ma disposition pour m'y rendre? » Donc, cette stratégie-là permet de penser les oeuvres à venir en essayant de concevoir d'abord la direction. Quel est le genre d'expérience qu'on veut faire vivre. Pis après ça, c'est de la recherche. De la recherche et du développement. Quels sont les outils qui existent aujourd'hui?

Le grand défi qui reste c'est: « est-ce que le public va être tout aussi partant, tout aussi intéressé à découvrir des choses nouvelles? » Je crois que plus ils s'habituent à découvrir des oeuvres et à vivre des expériences différentes plus il est au rendez-vous. Donc, c'est mon espoir un peu, c'est que je me dis: « à nous d'être originaux, à nous d'être imaginatifs pis de se rendre à des endroits, à mener le public à des endroits où il ne nous attend pas et je crois qu'il va suivre. » Mais, c'est mon souhait, disons.

[♪♪♪]

26:42

CM: Est-ce que vous avez vu des bons exemples d'événements qui montrent le chemin sur cette nouvelle voie-là?

MA: Il a un événement qui s'appelle Laval virtuel, et c'est Laval en France. Qui a dû, vraiment, faire un 360 et qui a recréé un espace, qui a recréé son espace. Je suis jamais allé à leur événement, mais, de ce que j'ai compris, c'est qu'ils avaient vraiment recréé tout l'espace dans lequel, normalement, tous les gens se retrouvaient. Des expositions, de l'art, et cetera. Et ils l'ont recréé à la fois pour la VR aussi tu pouvais le faire sur ton *desktop*. Donc ça, ça a été... Ce n'est pas parfait, mais il y a un potentiel, je pense, intéressant. Il y a le festival de Hambourg, VRAM, qui se tiendra début juin, qui s'est associé avec Kaléidoscope et Museum of Other Realities pour tenir son événement, justement, de façon virtuelle donc j'ai très très hâte de voir comment ça va se passer. Il y a le festival de Tribeca qui a rendu disponible, pendant deux semaines sur le Oculus Store, tous les films 360 qui devaient être présentés dans le cadre de son édition d'avril. Les chiffres sont sortis dernièrement, Il y a 40,000 personnes qui ont regardé ces films 360 sur le Oculus Store.

CM: Ah oui quand même hein.

MA: C'est énorme. Jamais autant de monde n'aurait regardé ces films-là physiquement dans le cadre du festival. Donc il y a du pour, aussi, à ces nouvelles formes, mais je pense que le terme hybride, comme vous venez de l'utiliser, est probablement la solution des événements hybrides pour les prochains mois, voire les prochaines années.

CM: J'imagine que c'est le cas, aussi, pour la programmation du Centre Phi. Vous avez évoqué à plusieurs réouvertures, en tout cas, que vous souhaitez ardemment. Ça serait pour quand? Comment vous l'envisagez?

MA: Ça, ce n'est pas nous qui allons décider de la date de l'ouverture. On va attendre, évidemment, les directives du gouvernement et les directives de la santé publique. On est patient. Mais c'est certain qu'on sera prêt et c'est ça, je pense, qui nous motive beaucoup. C'est qu'on aura une expo. Nous, on limitait déjà le nombre de visiteurs par plage horaire dans le cadre de nos expositions donc on a déjà un peu cette expertise, mais on a tous très, très hâte d'accueillir des gens chez nous à nouveau, là c'est clair.

[♪♪♪]

29:40

CM: Donc ça, c'est votre souhait de créatrice. Et là, si je m'adresse à la chercheuse, j'imagine que cette période très très intense, justement, d'expérimentation et de... Je sais pas moi, d'impact du confinement sur, sur la création d'oeuvres immersives doit être particulièrement intéressante quand on s'intéresse à ces processus-là.

SR: Oui, en fait, ce qui est utile de voir c'est qu'on dirait que la crise actuelle permet de repenser plusieurs étapes, plusieurs éléments importants de la création dans les médias émergents. On vient de parler de la distribution, donc il y a des espaces de distribution qui sont amenés à repenser aussi comment le public va interagir avec les oeuvres ou y accéder. Est-ce que le public va accéder aux oeuvres à travers des téléphones cellulaires par exemple? Il y a la création qui est amenée à changer. Comment concevoir les oeuvres. Mais il y a aussi le support de la communauté et comment elle s'autofinance.

Alors, en termes d'innovation, ce qui m'a étonné, c'est non seulement de voir comment les festivals qui font de la diffusion d'oeuvres de réalité virtuelle se sont, on dirait, donné le mot d'ordre pour repenser des manières de promouvoir, en tout cas, des oeuvres et leur artiste. Mais au-delà de ça, il y a aussi des réseaux de créateurs, je pense notamment à un réseau qui s'appelle Kaléidoscope, qui vient de repenser entièrement sa manière de s'autofinancer. Donc, les créateurs sont invités à devenir, si on n'est pas déjà membre, on devient membre moyennant un petit financement. On peut penser ici à des abonnements. Donc, c'est un peu un abonnement de membre. Mais en payant son abonnement de membre, on arrive à voter pour d'autres projets. Or, les projets pour lesquels on vote peuvent être le nôtre ou celui d'autres personnes, recevront des financements aussi. Donc, chaque vote permet d'aller chercher du financement, parce que c'est des membres. En fait, les financements sont cherchés directement au nombre de membres votant.

On s'autofinance, donc, un petit peu. Ça fait en sorte que c'est comme une communauté qui décide que, face à une crise où elle ne sait pas si les créations en réalité virtuelle ou augmentée ont un public ou même des festivals qui ne savent pas si les créateurs vont continuer d'amener des nouvelles oeuvres. C'est une communauté qui décide de se rassembler puis de penser différemment les modes de financement. Donc ça aussi je trouve ça intéressant.

CM: Et ça, ça s'est mis en marche dans les dernières semaines? Ça c'est nouveau? Ça date des contraintes imposées par le confinement?

SR: Tout à fait. Donc c'est un peu une réaction à la crise. C'est-à-dire qu'il y a beaucoup de financement public au Canada, parce qu'on est chanceux d'avoir du financement public. En Grande-Bretagne aussi il y a eu des mesures d'urgence débloquées pour venir en aide aux créateurs. Que ce soit des créateurs en art... médiatique, en art plus traditionnel, en cinéma, en télévision, mais aussi aux créateurs de la réalité immersive sauf qu'on n'est pas les seuls au Canada bien sûr ou en Grande-Bretagne. Il y a des créateurs en France, il y a des créateurs aux États-Unis qui n'avaient pas accès à des fonds publics puis, somme toute, c'est un peu le mot d'ordre, je crois, qui s'est lancé c'est: « il y a une crise majeure, en même temps il y a une demande croissante pour du contenu de plusieurs milieux qui s'y intéressaient pas nécessairement avant à la réalité virtuelle. Comment est-ce qu'on fait pour répondre à la demande sans avoir de financement même pour *prototyper* des choses, donc pour explorer ce qui est possible? »

Il y a eu un lancement, justement, voici notre nouvelle stratégie, on va s'autofinancer. Donc, chaque membre de cette communauté, je pense qu'on est rendu à peu près au-delà de mille membres dans cette communauté-là. Parmi lesquels il y a des fondations. Donc ces fondations-là sont capables de mettre beaucoup plus d'argent, bien sûr, qu'un créateur. Mais le créateur, avec son *membership*, avec son statut de membre, il est obligé de payer un petit par mois, ça sert aussi à financer des fonds.

Les fonds sont très variés donc on va financer des oeuvres créées uniquement par des femmes, on va financer des oeuvres créées uniquement pour la réalité augmentée dépendamment de la personne qui est choisie qui a un manque à combler. Nous, par exemple, on a participé à créer un fond uniquement pour les danseurs. Les danseurs qui explorent dans les milieux immersifs. Donc il y a une panoplie de nouvelles stratégies, que ce soit du point de vue des créateurs, du point de vue des diffuseurs, mais même du point de vue des sources de financement qui sont en train de changer. Donc ça fait beaucoup de pièces qui bougent en même temps.

CM: Et ça répond, aussi, à un besoin de maillage qui, bien je ne veux pas dire qui n'existe plus, mais en tout cas qui est largement transformé par l'annulation, le report ou la transformation d'événements qui, habituellement, sont des lieux de rencontres qui favorisent la participation de divers partenaires à certains projets. On sait que la réalité virtuelle, notamment, ce sont des projets qui exigent, la plupart du temps, plusieurs partenaires pour voir le jour. C'est rare qu'il y ait une seule source de financement. Il y a beaucoup de gens, de coproducteurs, qui travaillent ensemble pour arriver à faire naître certaines oeuvres. Là, ces occasions-là sont moins là. Elles seront plus

rares aussi à l'avenir. Donc, c'est à ce besoin-là, aussi, qu'il faut répondre?

SR: Oui, c'est à ce besoin-là que ce genre d'initiative comme les Kaléidoscopes répond. Mais j'aimerais imaginer qu'il y ait d'autres possibilités aussi. Je me dis, juste dans le milieu de l'éducation. Quand on dit que je porte plusieurs chapeaux, un de mes chapeaux donc je suis créatrice, je travaille en essentiellement en non-fiction. Différentes approches de la non-fiction, que ce soit des médias immersifs, des médias interactifs et émergents. Mais j'enseigne aussi en partie au MIT. Au Massachusetts Institut of Technology qui, justement, eux tout est sur pause. Donc, en ce moment, tout le monde donne des cours à distance. Pis jusque là, tout va bien. Mais il y a une limite à ce qu'on est capable d'apprendre au bout de trois heures avec une discussion en vidéoconférence sur Zoom.

La première question qui s'est posée c'est: « est-ce qu'on ne peut pas utiliser des outils immersifs pour repenser notre manière d'enseigner à distance? » Il y a des milieux du travail, en ce moment, qui s'apprête à faire beaucoup beaucoup de conférences virtuelles où, justement le mot le dit, ce sont des enseignements virtuels. Du travail virtuel. De plus en plus de gens qui vont être à la maison. Tout à coup, toutes les compagnies dans la VR qui se concentraient à développer des plateformes pour qu'on ait des espaces de travail virtuels, ils annonçaient que ça allait peut-être être la norme dans cinq à dix ans, mais là, tout à coup, ils ont un peu plus de gaz dans le moteur. Il y a comme une accélération de la demande pour ce genre de possibilité de travail là virtuel à distance.

Mais, quand je dis virtuel à distance, c'en est pas seulement avec son ordinateur derrière son écran, mais peut-être dans un casque de réalité virtuelle où on est capable de rencontrer nos collègues de travail dans des espaces de réalité virtuelle. Donc, Il y a beaucoup de demandes qui viennent du travail, du milieu de l'enseignement. Je ne serais pas étonnée que ça vienne aussi du milieu de la santé. Je racontais comme anecdote que j'ai dû parler à la pédiatre de ma, de mon petit bébé par téléphone et elle me disait: « si je pouvais seulement la voir, ça serait vraiment rassurant. » Je me dis: « Ah, on est déjà pas loin de la rencontre par visioconférence, mais peut-être par conférence en réalité virtuelle. Est-ce que c'est quelque chose à envisager dans l'avenir? » Bref, tous pleins de questionnements, mais pleins d'opportunités ou de portes à ouvrir.

CM: onc, c'est une phase foisonnante, quand même, d'expérimentation en tous genres, d'expérimentation en financement, d'expérimentations en

création, d'expérimentations en distribution. Donc on a bon espoir, financement, de voir cette renaissance de la réalité virtuelle prendre une forme inédite, qui sait, dans les prochains mois. Sandra Rodriguez merci beaucoup de nous en avoir appris un peu plus sur le quotidien d'une créatrice de réalité virtuelle en confinement, c'est très apprécié!

SR: C'est moi qui vous remercie, c'est un plaisir de discuter de ces nouvelles réalités ensemble.

[♪♪♪]

C'est tout pour cet épisode de Futur et médias, une série balado présentée par le Fonds des médias du Canada.

Merci à nos invitées, Myriam Achard Directrice des relations publiques et communications au Centre Phi et Sandra Rodriguez, sociologue des nouveaux médias, directrice de création et réalisatrice d'oeuvres interactives et immersives.

Pour les notes de production et la transcription de l'épisode, je vous invite à visiter notre site web FMC Veille. Finalement, si vous avez aimé cet épisode, je vous invite à évaluer la série sur Apple Podcasts.

Je m'appelle Catherine Mathys, à très bientôt.