

Charlevoix, pays de culture Pour combler un vide de sens

Alain Boucher

Volume 17, Number 1, Spring 1998

Le tourisme dans un *Pays à part* : Charlevoix

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1072369ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1072369ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Boucher, A. (1998). Charlevoix, pays de culture : pour combler un vide de sens. *Téoros*, 17(1), 5–8. <https://doi.org/10.7202/1072369ar>

CHARLEVOIX, PAYS DE CULTURE

POUR COMBLER UN VIDE DE SENS

**Alain Boucher, intervenant touristique et enseignant
Centre d'études collégiales de Charlevoix**

Dans la seconde moitié du XVIII^e siècle, une région isolée du reste du Québec, qui porte aujourd'hui le nom de Charlevoix, s'ouvre au monde en recevant ses premiers visiteurs touristiques, une clientèle tout à fait nouvelle. La rencontre sera déterminante pour l'histoire de Charlevoix. Le coup de foudre pour la nature démesurée de la région et pour la culture particulière de ses habitants dure encore aujourd'hui, même après plus de deux siècles. Cette culture qu'ont adulée tous les ethnologues, auteurs, journalistes, peintres, photographes et autres spécialistes, cette culture charlevoisienne si unique à leurs yeux est pourtant faite, à l'origine, de toutes petites choses du quotidien: une foi, une langue, une histoire, des métiers, des croyances, un sourire.

La rencontre sera profitable pour tout le monde. En échange de leur quotidien généreusement offert, les Charlevoisiens recevront une ouverture peu commune sur le monde, une reconnaissance de la qualité de leur production artistique et artisanale, du travail et surtout une image idyllique d'eux-mêmes, propre à renforcer l'identité et la fierté nécessaire à la conservation des patrimoines culturels.

Avec le passage du Québec à la post-modernité, dans les années 1960, avec la chute puis la renaissance de l'industrie touristique, au tournant des années 1970, la culture de Charlevoix s'est diversifiée et complexifiée. Produit touristique toujours très en demande, cette culture, maintenant à la fois authentique et artificielle, est en quête d'une nouvelle identité.

QUELLE CULTURE?

Le tourisme n'est plus ce qu'il était. Du voyage de plaisir qu'elle était à l'origine et jusqu'à récemment, cette activité est devenue une entreprise d'envergure mondiale, avec ses actuaires, son marketing, ses plans d'affaires, ses produits. Le discours touristique vient désormais de la bouche des économistes et des publicitaires puisque, comme dans toute industrie, il faut vendre pour vivre. Et dans ce discours, la Culture est à l'honneur, assise à la droite de la Nature, comme il se doit. Juste retour des choses, juste retour des valeurs qui ont alimenté depuis l'origine

cette rencontre d'êtres humains différents dans un environnement étranger.

La région touristique de Charlevoix n'a pas su résister à la tentation d'inscrire en tête d'affiche «Pays de nature et de culture». Était-ce pour être à la page et concurrencer féroce? Les publicitaires auraient-ils plutôt saisi l'essence de la région? Plus probablement.

Les aléas de la morphologie de Charlevoix, combinés à la détermination de la population de s'y faire une place, ont livré un pays où nature et culture s'alimentent

l'une de l'autre depuis trois siècles et, à la grande admiration des touristes d'hier et d'aujourd'hui, se livrent une lutte à la popularité.

Comment décrire maintenant cette culture de Charlevoix, en évitant le piège des «faiseurs de produits touristiques», sachant que Félix-Antoine Savard, le poète et homme de Dieu, qualifiait sa région d'adoption de «comté métaphysique» et qu'un villégiateur du siècle dernier en disait: «Charlevoix est un état d'esprit»?

CHARLEVOIX DE NOUVELLE-FRANCE, CHARLEVOIX DE QUÉBEC

Entre 1675 et 1685, lorsque les Lavoie, Bouchard, Fortin, Simard et Tremblay s'installent en pionniers dans l'ouest de Charlevoix, venus de la côte de Beaupré, ils sont loin de s'imaginer que leurs efforts de colonisation dans ce pays de bout du monde donneront naissance à la différence qui fera de Charlevoix l'une des destinations de dépaysement les plus recherchées.

D'un point de vue ethnohistorique, le développement de Charlevoix ne diffère en rien de celui des autres régions du Québec. Le peuplement des seigneuries évolue au gré de l'énergie des seigneurs et au hasard des tracasseries administratives, pour être ensuite délesté vers les cantons d'arrière-pays puis réorganisé en municipalités; les institutions religieuses et civiles comblent, au fil des années, les besoins et les goûts d'une population toujours plus nombreuse; le quotidien suscite l'esprit d'entreprise et la débrouil-

lardise dans tous les domaines de l'activité humaine. L'histoire suit lentement son cours.

Cependant, la situation géographique de la région aura, jusqu'à ces récentes années, un effet déterminant sur le rythme et l'importance de son développement. Les principaux villages de Charlevoix ne sont situés qu'à quelques dizaines de kilomètres de la ville de Québec, sur la rive nord du fleuve Saint-Laurent: Baie-Saint-Paul à 100 kilomètres, La Malbaie à 150. Par contre, les montagnes et le fleuve qui séparent la région du reste du pays sont une barrière quasi infranchissable, remparts qui garderont le comté loin des influences extérieures jusqu'au début des années 1960.

C'est dans cette région isolée, dans une société repliée sur elle-même que prendront forme des façons de faire et de voir bien ancrées au pays, une culture importée de France à l'origine, puis tout doucement teintée d'Écosse, d'États-Unis et de Canada, au fil des décennies, mais toujours servie «à la charlevoisienne», une saveur tout à fait originale qui crée la véritable différence.

VENIR AU MONDE

À l'aube du Régime anglais, la nouvelle *Province of Quebec* s'ouvre au reste de l'Amérique et à l'Angleterre, deux nations qui montrent un intérêt inédit pour ce territoire de vieille France. L'œil frais du touriste, ce voyageur nouvellement inventé, se pose sur une culture cachée par des frontières jalousement fermées durant près de deux siècles.

Dans Charlevoix, à Murray Bay et à Mount Murray, les visiteurs des nouveaux seigneurs écossais Nairne et Fraser découvrent, outre des paysages qui comblent leurs pensées de romantiques à la mode, une organisation de l'écoumène et une architecture rurale tout à fait originales, parfaitement adaptées au climat et au relief de ce territoire unique dans le monde connu. Ils y entendent une langue familière, mais un dialecte imprévu, déjà «québécois», en plus d'un parler possiblement «charlevoisien» avant l'heure. Ils y côtoient des gens pauvres de l'âpreté du pays et de la rareté des ressources, mais tellement riches de l'esprit d'entreprise et d'invention, de l'entraide et de l'hospitalité que suscitent l'indigence et l'iso-

lement. On dispose de tout, en petite quantité, mais l'éloignement a fait naître dans cette société tous les métiers essentiels et toutes les occupations du corps et de l'esprit: musique, religion, domesticité, pratiques coutumières, activités traditionnelles, etc.

Au touriste nouveau des XVIII^e et XIX^e siècles, Charlevoix offre une nature accessible et sauvage à la fois et une culture du quotidien inusitée. Les voyageurs s'empresseront d'annoncer leur découverte d'une différence nouvelle, en images et en mots, sur les réseaux d'information naissants. Toutes les relations des premiers visiteurs et, plus tard, les guides de voyage et de séjour insistent sur ces aspects de la culture charlevoisienne et sur leur intérêt touristique. Des milliers d'yeux avides d'exotisme se tournent alors vers cette curiosité un peu anachronique qu'est la culture isolée, presque originelle des gens de Charlevoix, une culture faite des petites choses de tous les jours.

«Au charme de la nature s'y ajoute le contact d'une population terrienne aimable et gaie, où sont gardées les traditions et les coutumes du passé. Ainsi, les femmes de la rive nord filent encore la laine et le lin à la cadence des vieilles chansons du terroir normand. C'est là un des rares endroits de la province de Québec où se fabriquent la toile et l'étoffe du pays. On y parle aussi un langage savoureux, émaillé de proverbes et de vieux mots français. La clarté des idées, le gros bon sens et une politesse exquise rendent très intéressante la conversation de ces gens.»

(Chemin de fer national du Canada, c1925: 49)

Alertés par tant de bruit, les spécialistes de la culture se pressent à la suite des premiers relationnistes. Charlevoix sera arpenté par les observateurs de l'Amérique tout entière et faire une sélection des chantres de la région n'est pas chose facile. Le journaliste et chroniqueur Arthur Buies y a écrit de délicieuses pages, le romancier William Hume Blake a raconté en plusieurs volumes ses formidables explorations de l'arrière-pays, les photographes William Notman et Jules Livernois ont laissé des images parmi les plus évocatrices sur Charlevoix. Clarence Gagnon et combien d'autres peintres se sont ins-

pirés de sa lumière et de ses gens. Le folkloriste Marius Barbeau, père de l'ethnologie canadienne, y a fait ses premières armes et sa récolte le surprend et le réjouit:

«Les étrangers, tout comme moi, ne tardaient pas à remarquer, dans le comté de Charlevoix, des traits qui ne se retrouvent guère ailleurs. Par exemple, des expressions dans le parler, des tissus, des légumes, comme les gourganes, et aussi un trait particulier dans la construction des étables, qu'on nomme abat-vents.»

(Barbeau, 1934: 53)

Le miroir du visiteur — et le nouveau marché! — ne tardera pas à inciter les visités à mettre en valeur toutes ces petites choses...

CULTURE DES VISITEURS, CULTURE DES VISITÉS

Petit à petit, les artisans, artistes et gens de métiers de Charlevoix introduiront sur le marché régional une production destinée exclusivement aux touristes. Ces produits, tout en gardant une saveur profondément charlevoisienne, répondront toujours mieux aux goûts nouveaux d'une clientèle extérieure, apportant ainsi à la région une ouverture qu'elle n'avait jusque là pas connue.

Le plus bel exemple est celui de la peinture. Lorsque le jeune peintre Clarence Gagnon arrive dans Charlevoix au début du XX^e siècle, en plus des paysages qu'il s'empressera de reproduire et de promouvoir — encore ces mêmes paysages qui enchantèrent les premiers visiteurs des seigneurs écossais — il trouve une pépinière d'artistes que quelques conseils et encouragements feront éclore. Le couple d'estivants américains Maud Cabot et Patrick Morgan prendra le relais auprès des soeurs Simard, de la famille Bouchard, de Georges-Édouard Tremblay, d'Yvonne Bolduc et de tant d'autres peintres et sculpteurs autodidactes. En leur ouvrant le marché des résidents d'été, notamment lors des expositions annuelles d'*Arts & Crafts* à La Malbaie et d'une exposition à la *East River Gallery* de New York au milieu des années 1930, les Morgan ont participé à la consécration nationale et internationale de ces artistes.

De leur côté, les artistes-peintres continuaient d'affluer à Baie-Saint-Paul à l'invitation de Gagnon, puis de René Richard. Cette petite ville compte aujourd'hui à elle seule plus d'une trentaine de boutiques et galeries d'art, un Centre d'exposition et un Centre d'art, dont le Symposium annuel ravit les amateurs du monde entier.

Les visiteurs aussi apportaient dans leurs bagages des morceaux de culture, qu'ils laissaient volontiers aux Charlevoisiens en échange. On peut imaginer aisément la surprise des contracteurs de La Malbaie, Warren père et fils, lisant un plan de villa dessiné par un architecte new-yorkais et constatant avec stupeur que les murs porteurs de cette gigantesque maison aux formes nouvelles étaient vides, eux qui construisaient en pièces sur pièces. On se réjouit aujourd'hui de cette délicate grille de foyer fabriquée par le forgeron Cauchon à partir d'un modèle fourni par une estivante de Toronto. L'ordinaire alimentaire de toute une génération de Villeneuve a été chambardé lorsque madame a été engagée comme cuisinière «chez les Américains». Thomas Fortin, le guide de l'arrière-pays de Charlevoix, a certainement révisé son concept de la féminité après avoir accompagné à maintes reprises l'explorateur William Blake, ses amis et toutes ces «dames de la ville» dans de rudes équipées de chasse et de pêche sur les hautes terres de la région.

La rencontre des visités et des visiteurs, dans les années intenses du tourisme et de la villégiature, s'est faite avec un esprit d'accueil et d'ouverture peu commun de la part des uns et des autres. C'est dans ce contexte que des cultures ont pu s'échanger, s'interpénétrer, se compléter et finalement grandir.

LA CULTURE INSTITUTIONNELLE

En cette fin de siècle, dans le contexte d'une concurrence touristique commerciale de plus en plus structurée, certains patrimoines charlevoisiens se sont reconnus et ont fait leur place dans le volet culturel de l'offre. Des musées sont nés pour préserver et présenter différents aspects de cette culture du quotidien. Le plus important est le Musée de Charlevoix, à La Malbaie - Pointe-au-Pic, voué à l'histoire, à l'ethnologie et aux arts populaires, avec également une préoccupation

extra-régionale. Plusieurs autres institutions muséales, dont les nouveaux écomusées, nés dans Charlevoix, s'intéressent à des facettes plus spécifiques: fabrication du fromage, goélettes et navigation fluviale, patrimoines historiques et technologiques locaux, histoire naturelle, architecture ou métiers.

D'autres institutions sont le fruit de la réflexion et du travail d'un seul individu, sans avoir de lien direct avec la culture propre de Charlevoix. L'Académie de musique du Domaine Forget, à Saint-Irénée, est une création du musicien et chef d'orchestre François Bernier, d'abord estivant puis résident permanent; la Papeterie Saint-Gilles est le rêve de l'écrivain Félix-Antoine Savard, qui souffrait de voir s'étioler la tradition créatrice du geste au profit d'un «art de catalogue»; la Poterie de Port-au-Persil est née de la passion de Pierre Legault, céramiste de renom, qui souhaitait enseigner son art dans un cadre d'excellence.

D'autres entrepreneurs privés ont aussi saisi l'importance et l'intérêt de leur patrimoine culturel familial dans l'offre touristique. Chaque village ou presque abrite un commerce ou propose une activité où le touriste goûtera du sourire et de l'hospitalité et apprendra une page de la culture locale ou régionale. Boulangerie, forge, tissage et tricot, fromagerie, sucrerie, déplacements, agriculture, musique et chanson, chasse et pêche sont tous mis en valeur, à la pièce ou regroupés à l'intérieur de circuits. Parmi ceux-là, citons en exemple les Fermes écho-touristiques et la Route des saveurs, qui regroupent des producteurs agricoles soucieux d'une rencontre harmonieuse entre culture et Culture, et la Route de l'arrière-pays, dont les membres offrent des activités et des services de découverte des attraits culturels et naturels du piémont de Charlevoix.

L'AUTHENTIQUE ET L'ARTIFICIEL

L'histoire de la villégiature, et plus récemment celle du tourisme en Charlevoix se lit en trois chapitres, tout comme celle de la culture charlevoisienne. Et, comme toute chose qui grandit, la rencontre entre le tourisme et la culture se complexifie.

Les premières années de fréquentation étaient empreintes de simplicité: le tou-



(Vue de la maison Jean, dans le rang Terrebonne à Saint-Irénée.) La relation étroite entre paysage, occupation du sol et patrimoine bâti est un de ces faits de culture qui ont contribué à la renommée de Charlevoix. La maison Jean, à Saint-Irénée, est une des grandes vedettes de la publicité touristique depuis les années 1980. Cette vue de la maison date pourtant des années 1910...

riste découvrait l'autre, le Charlevoisien, dans une charmante nudité, candide et naturelle. C'était la tradition à l'état pur avec ses bons et ses mauvais côtés, la culture du quotidien qui s'offrait au regard un peu voyeur du touriste, un regard tout de même plein d'admiration romantique et de respect pour ce nouveau joyau. C'était l'époque de l'authentique, puisqu'on ne connaissait pas encore bien les méthodes de fabrication d'une culture artificielle. C'était l'époque de la grande villégiature cossue de Murray Bay et bourgeoise de Saint-Irénée et des Éboulements-en-Bas. Ce fut aussi l'époque d'un tourisme plus simple, plus aventurier à l'île aux Coudres, Baie-Saint-Paul et les environs.

Au milieu des années 1960, cette époque que l'on se plaît aujourd'hui à qualifier de belle s'est éteinte, emportée par l'après-guerre et les années glorieuses du rêve américain. Pendant près de 20 ans, puisque le vide est improbable, disons que le tourisme a eu le visage pâle et émacié de la culture régionale qu'on lui offrait. Le restaurant Chez Ti-Bé, près du Gas-Bar Golden Eagle, les chambres luxueuses du Motel Royal, avec leur télévision, leur téléphone et leur tapis (!) et le restaurant Le Gitan, avec ses *charcoal steaks* et son bar-salon s'arrachaient les derniers braves qui osaient encore passer par Charlevoix. De leur côté, les descendants des villégiateurs d'autrefois restaient fidèles aux quelques institutions, pour la plupart anciennes, qui avaient su résister au raz-de-marée Coca-

Cola. C'était l'arrivée en Charlevoix de cette culture artificielle fabriquée ailleurs, par d'autres. Elle entrait à pleine porte par la route récemment ouverte à l'année entre Beaupré et Baie-Saint-Paul. C'était aussi l'agonie de la culture ancienne, folklorique et bien ancrée au pays. Charlevoix passait, dans la douleur et la laideur, à l'époque post-moderne.

Chapitre trois. La culture traditionnelle des gens de la région est encore vivante, malgré la révolution tranquille. Les ethnographes découvrent toujours avec stupeur les restes de cette culture isolée, un peu rafistolée, chez les grands-mères et, chose surprenante, aussi chez leurs petits-fils. Le tourisme dans Charlevoix se reconstruit sur ces solides fondations culturelles dès le début des années 1980. L'offre se complexifie à mesure qu'elle reprend vie, ouverture sur le monde oblige. On voit naître ce qu'est aujourd'hui le Musée de Charlevoix, les auberges qui ont fait notre récente renommée poussent ici et là, des galeries et le Centre d'art ouvrent leurs portes, le Domaine Forget fait ses premiers pas, les économusées et le Centre d'exposition sont les derniers-nés. Ces institutions, bien que récentes et artificielles, c'est-à-dire fabriquées de toutes pièces, savent désormais offrir à une nouvelle clientèle un produit culturel adroitement composé d'authenticité charlevoisienne et de savantes techniques de mise en scène.

Le produit culturel de la région est maintenant entre les mains des scénographes, des concepteurs, des décorateurs et des muséologues. La sacralisation d'une part de culture s'est opérée à l'intention des visiteurs. Mais il reste l'autre part, celle qu'on ne saura jamais «touristifier» mais qui demeurera toujours le principal produit d'appel pour le touriste, cette différence tant recherchée: la culture des mécaniciens Tremblay «le Lièvre» et de Louis à Maurice à Joseph, la soupe aux gourganes de madame Laberge, la mémoire du légendaire Alexis le Trotteur et la «chouenne»¹ de grand-papa Desgagnés sur le quai de Saint-Joseph-de-la-Rive.

HORS LA RENCONTRE, POINT DE SALUT

En Charlevoix plus qu'ailleurs au Québec, la culture est intimement liée à la nature. L'extravagante diversité du relief, les eaux tumultueuses de l'estuaire du

Saint-Laurent, la pauvreté du sol arable, l'omniprésence de la forêt et surtout l'isolement géographique ont tous, à leur manière, donné naissance ou exacerbé un trait de la culture des habitants. Malgré l'augmentation des contacts avec le reste du monde, le Charlevoisien est resté proche de son terroir et a su, avec plus ou moins de bonheur, conserver une différence qui fait encore l'admiration du visiteur.

Cependant, ce même Charlevoisien désire, comme tout le monde, vivre aujourd'hui et profiter pleinement des avantages de cette fin de siècle, sans se questionner, comme tout le monde, sur la standardisation de sa culture. Peu de gens s'intéressent à cette perte d'identité: l'histoire et la géographie régionales ne sont pas enseignées, le groupe d'intérêt Les Amis de Charlevoix, qui prône entre autres la protection des paysages et du patrimoine bâti, fait figure de passéiste, les institutions culturelles sont plus ou moins fréquentées par la population et sont, de toutes façons, perçues comme des équipements touristiques.

L'industrie touristique contemporaine de Charlevoix vient de vivre un changement majeur d'orientation. Tout en conservant son image séculaire de région de destination —et non de circuit—, l'offre générale exploite désormais les attraits, les patrimoines, et non plus les services pour attirer les clientèles. La culture de Charlevoix, riche et diversifiée, cache encore des trésors à mettre à jour: ceci laisse présager la consolidation et la naissance de nouveaux équipements, dont le caractère sera principalement culturel et probablement à échelle locale, budgets obligent. Ceci laisse également présager que ces équipements, sollicités par une clientèle touristique et trop souvent bâtis par des promoteurs nouvellement adoptés par Charlevoix, seront d'abord et avant tout, parfois malgré leur volonté, «pour touristes seulement». Nul n'est prophète en son pays!

Dans le contexte culturel, l'origine du promoteur et la destination du produit n'ont aucune importance. Ce qui compte vraiment, c'est l'honnêteté avec laquelle le patrimoine charlevoisien est conservé et mis en valeur et les efforts consacrés à sa diffusion auprès de la clientèle régionale, tant par les promoteurs eux-mêmes, association touristique en tête, que par les

médias, maisons d'enseignement et groupes d'intérêt de Charlevoix.

Si par malheur les visités d'aujourd'hui ne savent pas profiter du miroir, de cette image de leur culture que leur renvoient les visiteurs, peut-être leurs enfants seront-ils heureux, demain, de se retrouver une certaine identité dans ce musée² à ciel ouvert, si imparfait et incomplet soit-il. Ultimement, comme dans tout tourisme qui se respecte, la rencontre entre visiteurs et visités aura encore eu le dessus.



NOTES

1. Chouenner: Parler de tout et de rien, «dire des merveilles».
2. Le terme *musée* doit ici être compris dans son sens le plus contemporain et dynamique possible.

BIBLIOGRAPHIE

- Barbeau, Marius (1934). *Au coeur du Québec*, Les Éditions du Zodiaque, Montréal.
- Bigsby, John M. (1840). *The Shoe and the Canoe or Pictures of Travels in the Canadas*, 2 tomes, Chapman & Hall, Londres.
- Chemin de fer national du Canada (c1925). *Québec, la douce province*, deuxième édition, Chemin de fer national du Canada, éditeur, Montréal.
- Chouinard, Yvan (1997). *La forge Cauchon de Rivière-Malbaie. Joyau du patrimoine charlevoisien*, Direction des communications, ministère de la Culture et des communications, Québec.
- Des Gagniers, Jean (1994). *Charlevoix, pays enchanté*, Les Presses de l'Université Laval, Sainte-Foy.
- Dubé, Philippe (1986). *Deux cents ans de villégiature dans Charlevoix. L'histoire du pays visité*, Les Presses de l'Université Laval, Sainte-Foy.
- Gagnon, François-Marc et Andrée Gendreau (1992). *Clarence Gagnon*, Catalogue d'exposition, Le Centre d'exposition, Baie-Saint-Paul.
- Simard, Cyril (1988). *Les papiers Saint-Gilles, héritage de Félix-Antoine Savard*, Les Presses de l'Université Laval, Sainte-Foy.
- Syndicat touristique de Charlevoix (1971). *Bottin touristique de Charlevoix*, Pas d'éditeur.