

# Valoriser les musiciens et musiciennes de la diversité et accroître la découvrabilité de leurs musiques à l'ère des plateformes numériques

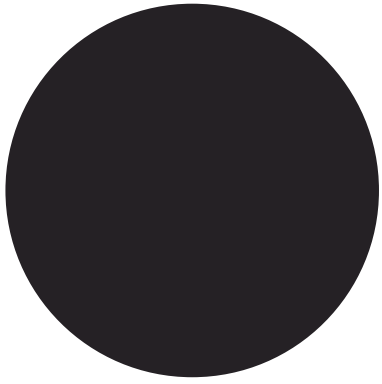
**Rédigé par :**  
**Destiny Tchéhouali**

Professeur à l'Université du Québec à Montréal (UQAM) & Directeur de l'Observatoire des réseaux et interconnexions de la société numérique (ORISON)  
Co-directeur du Groupe d'études et de recherches axées sur la communication internationale et interculturelle









# LA PERCÉE

Février 2023

L'étude a été commanditée par La Percée et les Productions Nuits d'Afrique (PNA), réalisée par l'Observatoire des réseaux et interconnexions de la société numérique (ORISON /UQAM) entre 2020 et 2021, et financée par le Conseil des arts du Canada (CAC).

# Table des matières

Synthèse du rapport d'étude	1
Introduction	11
I - Mondialisation culturelle et rencontre entre différentes cultures musicales du monde : genèse, définitions et controverses autour du concept de « musiques du monde »	21
1.1. De la mondialisation métissante à l'exotisme autour des « musiques du monde » : Entre hybridation et quête d'authenticité	24
1.2. Généalogie du concept de World music et circulation transnationale des produits musicaux du Sud	27
1.3. De la World Music à la Global Music : Problèmes de définition et controverses autour d'une appellation	31
II- Les ontologies de la découverte musicale : le cas des « musiques du monde »	35
2.1. La production industrielle	37
2.2. Les grands amateurs	37
2.3. Les publics spécialisés	38
2.4. Les auditeurs lambda	38
III- Les « musiques du monde » au prisme de la curation et de la recommandation musicale à l'heure des plateformes de streaming	40
3.1. Concurrence et bataille de visibilité sur les listes de lecture musicales des plateformes internationales : Les défis d'exposition et de notoriété pour les artistes locaux et les musiciens et musiciennes issus de la diversité	41
3.2. La découvrabilité des « musiques du monde » sur les plateformes numériques : Pourquoi faut-il s'en préoccuper ?	45
IV- Paroles et témoignages d'artistes et de professionnels de la musique : La compréhension des enjeux et obstacles à la découvrabilité en ligne selon le point de vue et le vécu des musiciens et musiciennes de la diversité culturelle au Canada	49
4.1. Poirier, le maître des platines dont la musique « sans frontières » crée des ponts entre les langues, les cultures et les communautés du monde entier	50
4.2. Naxx Bitota, une étoile filante dans le firmament de la « rumba-soukous »	55
4.3. Tessy Pokuah Paquin, Développeuse et accompagnatrice de talents artistiques	59
4.4. Hortense Volle, la « nièce » qui explore et révèle le riche univers de la diversité des musiques africaines	63
4.5. Soro Solo (né Souleymane Coulibaly), l'enchanteur qui raconte l'Afrique vibrante et militante à travers ses musiques légendaires	67
4.6. Kiya Tabassian, virtuose internationalement reconnue du sétar avec l'ensemble Constantinople et passeur de mémoire	71

<i>4.7. Ramon Chicharron, multi-instrumentiste montréalais dont la musique aux influences latines et caribéennes transmet l'amour pour ses origines</i>	<i>78</i>
<i>4.8. Yassine Boudouch (Collectif Boulila), l'alchimiste vibratoire du gnawa-jazz ou l'art de manier le son mystique du guembri pour télétransporter les amateurs de musique fusion à Marrakech</i>	<i>81</i>
<i>4.9. Carine au Micro, celle dont la voix radieuse fait rayonner ses racines africaines à travers un mélange de la puissance du gospel et de la douceur du jazz et de la soul</i>	<i>84</i>
<i>4.10. Djely Tapa, la « griotte de Montréal » dont la musique et la voix redonnent de l'espoir aux sans voix</i>	<i>89</i>
<i>4.11. Zal Sissokho, le koriste qui ose diverses hybridations stylistiques et poétiques avec son instrument pour transmettre une culture séculaire</i>	<i>91</i>
<i>4.12. Anit Gosh (Gypsy Kumbia Orchestra), le violoniste globe-trotteur qui a plus d'une corde à... son violon</i>	<i>94</i>
<i>4.13. Wesli, jeune prodige des « musiques du monde » qui associe ses racines musicales du vaudou et du rara haïtien avec l'afrobeat et le hip-hop</i>	<i>97</i>
V - Synthèse des entretiens et pistes d'action pour une meilleure mise en valeur des musiciens et musiciennes de la diversité culturelle canadienne à l'ère des plateformes numériques	100
Conclusion	106
Annexes	110
Bibliographie	113

The background consists of several overlapping geometric shapes. A large white shape, resembling a stylized letter 'A' or a similar abstract form, is the central focus. It is set against a light beige background. The white shape has a pointed top and a curved bottom edge. The overall composition is clean and modern.

# Synthèse de l'étude



L'étude commanditée par les Productions Nuits d'Afrique (PNA), réalisée par l'Observatoire des réseaux et interconnexions de la société numérique (ORISON /UQAM) entre 2020 et 2021, a mis en évidence **les enjeux et les défis (en matière de reconnaissance, de valorisation, de visibilité, de découvrabilité et de rayonnement des créations/productions musicales)** auxquels sont confrontés les musiciens et musiciennes issus de la diversité, en particulier ceux ou celles dont les œuvres sont labellisées « musiques du monde ».

1 Cette étude a permis de réaliser une **analyse inédite des perceptions et des pratiques professionnelles des acteurs de l'industrie musicale canadienne** (musiciens, producteurs, diffuseurs, distributeurs, disquaires, critiques, etc.), **par rapport aux stratégies de promotion et aux processus d'auto-identification, de classement et de catégorisation des « musiques du monde »**. Elle dresse également un état des connaissances sur l'ontologie des « musiques du monde », en caractérisant et en situant ce groupe particulier d'objets musicaux dans l'offre globale du *streaming* musical, tout en examinant les dynamiques à l'œuvre relativement à la reconfiguration des rapports de force hégémonique entre les cultures musicales du « monde occidental » et celles du « reste du monde », à l'ère des plateformes d'écoute en continu, des listes de lectures (*playlists*) et des algorithmes de recommandation.

Il a ainsi été démontré que **les dynamiques de circulation et de réappropriation des sonorités mondiales contribuent à une certaine réinvention des « musiques du monde »**, favorisées par diverses technologies musicales et de nouvelles cultures numériques qui ont démocratisé la création et le partage des produits musicaux. Cette tendance ne doit cependant pas faire occulter **la réalité persistante de la sous-représentation et de l'invisibilisation de certaines expressions culturelles et linguistiques minoritaires, faisant en sorte que la diversité créatrice émanant des artistes et musiciens du monde n'est pas assez mise en valeur dans l'environnement numérique**. En effet, seule une infime minorité des musiciens de la diversité culturelle canadienne (surtout ceux originaires de l'Afrique) peuvent se prévaloir de la capacité d'atteindre un auditoire mondial et de rayonner à l'international, en dehors du cadre des festivals internationaux de « musiques du monde ». Par ailleurs, à moins d'être une mégavedette, les algorithmes et le système de rémunération des plateformes ne favorisent pas les artistes locaux issus de pays représentant des « petits marchés » culturels.

Les deux principales questions auxquelles répond cette étude sont les suivantes :

1. **La catégorisation des « musiques du monde »** est-elle encore actuellement assez pertinente pour permettre d'en saisir la diversité des sous-genres musicaux qui la composent et d'en distinguer l'authenticité et les particularités/spécificités des artistes dont les œuvres sont identifiées à ce répertoire d'objets musicaux ?
2. À l'heure où l'offre musicale en ligne devient pléthorique et fragmentée sur différentes plateformes, **comment le processus de catégorisation des « musiques du monde » pourrait-il redéfinir les modalités de découverte musicale tout en contribuant à mieux valoriser et accroître la visibilité et la recommandation des artistes de la scène musicale canadienne issus de la diversité ou des artistes internationaux (originaires d'Afrique, des Antilles/Caraïbes ou de l'Amérique latine) actifs dans le milieu des « musiques du monde » au Canada et au Québec.**

Dans une société pluriethnique et multiculturelle comme celle du Canada, ces « musiques du monde » s'offrent comme des expériences transculturelles qui constituent, à travers des processus de « transferts culturels », **l'un des moyens les plus efficaces pour favoriser une éducation artistique et culturelle des publics (surtout des jeunes), en élargissant leurs horizons sur des cultures musicales diversifiées** et en stimulant leur curiosité envers les expressions musicales qui traduisent différentes visions du monde.

En effet, depuis trois décennies, **la mondialisation culturelle brouille et réinvente de manière permanente les frontières entre le global et le local**, à travers la circulation des flux culturels déterritorialisés. Ainsi, la découverte et la consommation des « musiques du monde » ont longtemps été motivées par une sorte d'invitation au voyage et un moyen d'assouvir le fantasme millénaire, voire civilisationnel, d'un idéal fondé sur **la représentation qu'on se fait de l'Autre et l'occasion qui est donnée de pouvoir le réimaginer, le rencontrer, apprécier la singularité de ses créations, en communiant avec et à travers sa culture ou sa musique**, faite de rythmes métissés ou fusionnés, aux tonalités et sonorités « envoûtantes ».

Du calypso (ou *kaiso*) de Trinité-et-Tobago au reggae jamaïcain, en passant par la bossa nova brésilienne, le zouk antillais, le soukous ou la rumba congolaise, ou encore le tango argentin, **l'exotisme s'est étendu à la musique à travers un langage universel et des esthétiques plus ou moins mondialisées**. La trajectoire transnationale des « musiques du monde » s'est donc beaucoup appuyée sur la stratégie visionnaire de certains *labels* en Europe et plus tard aux États-Unis, qui ont rapidement compris le potentiel commercial lié à l'intégration, à la valorisation et à la diffusion sur le marché global de nouveaux courants musicaux ethniques, traditionnels et métissés, avec des influences venues du monde entier, à la suite des circulations migratoires et des rencontres avec et entre différents artistes d'origines africaine, antillaise, caribéenne et latino-américaine. Toujours est-il que **ces voyages musicaux transatlantiques revendiquent une quête de décolonisation et d'émancipation à partir des constructions culturelles nationales qui ont cherché dès la fin des années 90 à se démarquer des stéréotypes ethno-musicaux et des musiques considérées comme purement traditionnelles, ethniques ou primitives**, pour mieux s'inscrire dans une modernité musicale alternative, puisant dans des formes esthétiques hybrides.

Tandis qu'elle est généralement perçue comme une simple opération de marketing réussie, l'invention de la *World Music* a néanmoins ceci de vertueux qu'elle a surtout permis aux «voix du Sud» de se faire entendre, tout en invitant les amateurs de musique à s'ouvrir à la diversité des expressions culturelles du monde entier. La révolution musicale à l'échelle de la planète réside dans la manière dont l'industrie musicale a réussi à faire accepter/adopter et à faire reconnaître par des publics d'autres aires géoculturelles et linguistiques la valeur et l'authenticité de produits musicaux qui étaient auparavant très limités géographiquement et enfermés dans un registre folklorique.

La présente étude met également en évidence certains problèmes de définition ainsi que les nombreuses controverses autour de l'ambiguïté sémantique que soulève l'appellation «musiques du monde», d'abord comme une entreprise d'étiquetage commercial des musiques d'ailleurs, et ensuite comme résultat d'une volonté de catégorisation qui reflète la manière homogénéisante que l'Occident a choisi de signifier (donner un sens) et de représenter les productions musicales provenant du reste du monde non-occidental. Aujourd'hui, les débats et questionnements sur ce que sont ou ne sont pas les « musiques du monde » se sont intensifiés au cours des dernières années jusqu'aux récentes remises en cause des institutions musicales telles que la *Recording Academy* (organisatrice des Grammy Awards) qui a décidé en novembre 2020 de renommer le prix de la catégorie «*Best World Music Album*» en «*Best Global Music Album*». Les raisons derrière ce changement se justifient par la nécessité d'adopter «un terme plus pertinent, moderne et inclusif» et qui soit au diapason des tendances actuelles en matière d'écoute musicale, tout en prenant en compte les enjeux de diversité culturelle et les réalités sociopolitiques de l'époque contemporaine.

3

Il est à noter que depuis la création de cette catégorie musicale, plusieurs musiciens et professionnels de l'industrie musicale, originaires des pays du Sud, perçoivent une connotation colonialiste dans l'appellation «musiques du monde», qui ne rend pas assez justice à la reconnaissance et la célébration des nombreux styles, courants et sous-groupes musicaux en provenance de l'Afrique, des Caraïbes, de l'Amérique latine, de l'Asie, du monde arabe ou oriental. Aujourd'hui, le fait que ces musiques soient aussi variées et en constante évolution rend la démarche taxinomique malaisée et ne facilite pas les différentes tentatives de redéfinition ou d'actualisation de classement catégoriel, surtout lorsque ces musiques se renouvellent et fusionnent à un rythme qui semble leur faire perdre l'authenticité par laquelle on les distingue comme «musiques du monde». Les « musiques du monde » continueront donc d'échapper aux cases musicales dans lesquelles on tente de les circonscrire ou de les rendre désuètes, surtout si certains acteurs de l'industrie (*labels*, journaux spécialisés, critiques de disques, festivals ) continuent de faire de ces musiques leur fonds de commerce.

L'étude recense également un certain nombre de défis liés à l'exposition et la mise en visibilité des « musiques du monde » sur les grandes plateformes d'écoute en continu de musique (telles que Spotify ou Deezer) et sur leurs listes de lecture les plus populaires. En effet, pour conquérir les jeunes auditeurs, les plateformes de *streaming* musical semblent favoriser la découverte de certains genres et courants musicaux dominants comme le rap et les musiques urbaines, pop et électro. Les nouveaux modes de prescription et de recommandation musicales via des listes de lecture ne contribuent donc pas systématiquement à la mise en valeur et à la promotion des genres/styles moins écoutés (comme les « musiques du monde »), ni à la découverte des artistes dont les œuvres sont associées à des répertoires plus nichés ou moins connus.

Dans un univers où l'attention des utilisateurs des plateformes de *streaming* musical est très sollicitée, celles-ci ont trouvé le moyen d'optimiser le temps que nous passons à chercher des contenus, non pas en diversifiant leur recommandation à travers plus de choix, mais plutôt en la standardisant et en concentrant l'attention des auditeurs sur un nombre limité de produits-vedettes qui bénéficient d'une plus grande visibilité et accessibilité. **La popularité qu'acquière certains contenus et le succès qui accroît leur potentiel de découvrabilité seraient donc fondamentalement déterminés par le choix d'un grand nombre d'utilisateurs de les consommer; ce choix étant lui-même influencé par l'exposition et la visibilité dont jouit le contenu plutôt que par ses qualités intrinsèques (esthétiques et artistiques).** Ceci explique d'ailleurs pourquoi bien qu'ils soient présents sur les plateformes de *streaming*, les musiciens québécois et canadiens issus de la diversité et pratiquant les « musiques du monde » ont encore beaucoup de mal à gagner la bataille de l'attention et de la visibilité. Leurs œuvres faiblement découvrables ont une accessibilité et une consommation encore très limitées sur les plateformes mondiales. Il importe donc d'une part de repenser complètement les espaces de diffusion qui, par leur structure et leur fonction, imposent autoritairement leurs conditions de réception aux productions musicales qu'elles accueillent; et de l'autre part que les artistes de « musiques du monde » puissent adopter des stratégies de création, de diffusion (par exemple la publication de plusieurs versions d'un même titre) et de promotion (mise en visibilité) qui leur permettraient d'avoir plus de chances de figurer dans les résultats et occurrences de recommandation des algorithmes et des listes de lecture. Par ailleurs, **les stratégies les plus efficaces pour accroître la découvrabilité d'un artiste ou de ses titres musicaux en ligne demeurent généralement celles conçues et déployées par les curateurs de contenus, les responsables de listes de lecture éditoriales et les majors tels que Universal Music Group, Sony Music, Warner Music** (ces derniers gardant une certaine influence sur les activités et mécanismes de distribution numérique des services de *streaming* audio).

4

En outre, alors que la consommation d'une diversité de contenus en ligne est parfois assimilée à la personnalisation de l'offre culturelle, les algorithmes entretiennent plutôt une illusion de diversité de choix aux utilisateurs en les enfermant dans une bulle de filtre définie par leurs choix précédents. Ainsi, même si de nombreux consommateurs sont très ouverts à explorer et découvrir l'univers des « musiques du monde », les plateformes n'ont en théorie aucune motivation stratégique et commerciale à élargir les options de contenu en dehors des goûts et préférences déclarés au moment de l'inscription de l'utilisateur ou si ses habitudes et usages sur la plateforme ne reflètent pas cette curiosité et cette ouverture pour les « musiques du monde ». **L'utilisateur, dans un tel scénario, ne se verrait proposer/recommander que des contenus similaires et pas si diversifiés, sans que son horizon musical ne soit élargi à la découverte de nouveautés liées à d'autres styles, genres ou cultures que ceux auxquels il est familier.**

# Entretiens : les enseignements-clés

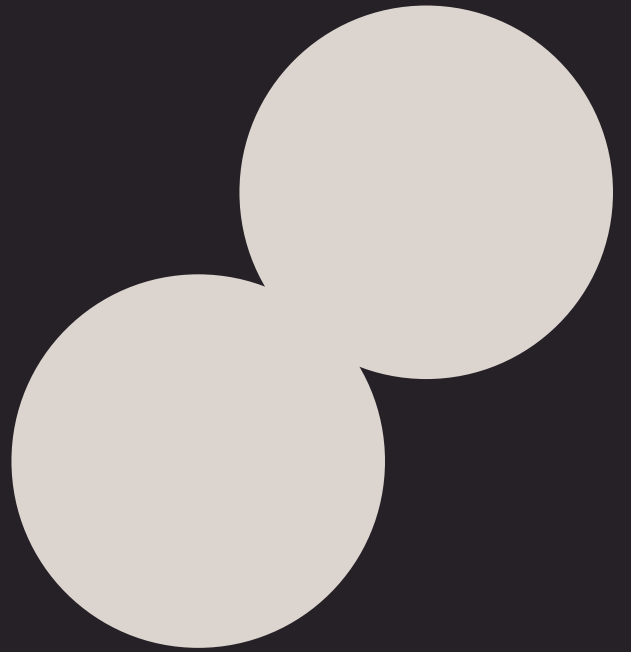
Dans le cadre de cette étude, nous avons réalisé des entretiens auprès d'une quinzaine d'acteurs (artistes-musiciens, producteur, directeur artistique, programmateur/programmatrice de festivals, gérant d'artiste, représentant de maisons de disques/*labels*, journalistes culturels) intervenant dans les milieux montréalais et international des « musiques du monde ». Parmi les personnes interviewées, on peut citer : *Djely Tapa, Zal Sissokho, Poirier, Naxx Bitota, Kiya Tabassian, Anit Gosh (Gypsy Kumbia Orchestra), Ramon Chicharron, Carine au Micro, Wesli, Yassine Boudouch (Collectif Boulila), Tessy Pokuah Paquin, Soro Solo et Hortense Volle*. Plusieurs enseignements-clés peuvent être tirés de ces entretiens :

## 5

1. La production géographiquement éparse des « musiques du monde » pose un problème à leur ancrage local ou territorial. **Ces musiques semblent toujours être des musiques, à la fois, internationales et locales.** Or, la quête de visibilité n'est pas souvent tournée vers les publics locaux/nationaux déjà fidélisés, mais plutôt vers les nouveaux publics à conquérir au niveau des marchés occidentaux.
2. Il existe une relation généalogique entre les « musiques du monde » et d'autres catégories musicales qui, au-delà d'une distinction stylistique, a tendance à **exacerber le caractère exotique** de ces musiques pour les utiliser comme faire-valoir auprès du grand public occidental en quête de renouvellement de son expérience de découverte musicale.
3. À l'heure où l'offre musicale n'a jamais été autant pléthorique en ligne, **les musiciens de la diversité culturelle canadienne peinent encore à être visibles et à tirer profit de manière optimale des nouveaux modes et circuits de production et de distribution numériques de la musique.** De plus, la plupart des obstacles à la découvrabilité et à la consommation en ligne des œuvres créées/produites par des artistes canadiens de « musiques du monde » sont liés à des problèmes d'accessibilité et de visibilité associés à la catégorisation de ces œuvres dans les « musiques du monde ».

4. Avec la révolution numérique, le potentiel de découvrabilité des « musiques du monde » pourrait être accru si les flux éditorialisés par les humains (les curateurs) et les recommandations automatisées (des algorithmes) des plateformes de *streaming* musical permettaient de les mettre davantage en valeur parmi les millions de titres disponibles sur les catalogues. **Des stratégies doivent être donc élaborées par les artistes et les professionnels de l'industrie pour permettre aux « musiques du monde » de gagner la bataille de l'attention, en défrichant de nouveaux territoires d'écoute.** Elles doivent faire partie de ce que les plateformes considèrent comme de la musique écoutable ou recommandable d'aujourd'hui et de ce que les créateurs de tendances jouent et font découvrir comme nouveaux sons au public mondial.
  
5. Les musiciens du monde font désormais preuve d'une diversité créatrice **pour s'affranchir d'un champ sémantique spécifique et pour déconstruire leur appartenance à une catégorie figée** à laquelle ils ont toujours du mal à s'auto-identifier, en composant des *mashup* et des mélanges musicaux très originaux. Pour ces artistes qui savent s'adapter aux temps nouveaux et à des publics étrangers, leur inscription dans la modernité n'est plus perçue comme une perte d'authenticité comme autrefois; surtout lorsque cette modernité se nourrit simultanément de brassages transnationaux et de traditions musicales fortes, liées à leur pays d'origine et au socle de leur identité culturelle.
  
6. Les différents artistes interrogés, bien que participant activement à différents festivals, événements culturels nationaux/internationaux et concours/prix labellisés « musiques du monde » se sentent pour la plupart appartenir à des univers stylistiques qui transcendent une seule catégorie. Leur appartenance multiple est aussi associée plus à leurs origines culturelles plutôt qu'aux attributs géographiques et linguistiques de leurs œuvres. À cet égard, il est noté à plusieurs reprises que **le fait de chanter dans une langue minoritaire (créole, brésilien portugais, wolof, lingala, malinké, bambara, minan, swahili, etc.) est avant tout fait dans une logique d'authenticité artistique**, mais cette logique semble être reniée par les logiques propres à l'industrie qui catégorisent ces contenus de fait dans les « musiques du monde ». Ainsi, faire du Hip-Hop ou de la musique électronique dans une langue africaine est labellisée comme *Musiques du monde* et non comme musique urbaine.
  
7. **La catégorie « musiques du monde » est donc une catégorie par défaut qui ne reflète pas les attentes artistiques mais les catégories industrielles.** D'ailleurs, sur l'enjeu de la multiplicité des langues chantées en « musiques du monde », plusieurs stratégies professionnelles adoptées par l'industrie musicale obligent dorénavant les artistes à : traduire leurs chansons selon les marchés ciblés, sous-titrer les paroles dans leurs clips vidéo sur YouTube, développer des sites Web dédiés à la retranscription et à l'explication des paroles de chanson, ou encore réaliser des collaborations (*featurings*) avec d'autres artistes internationaux qui peuvent chanter un refrain en anglais.

8. La nouvelle économie des plateformes fait que les retombées pour les ayants droit sont directement **conditionnées par le succès et la performance de leurs œuvres musicales en matière de nombre d'écoutes ou de likes.**
  
9. **Beaucoup d'artistes soulignent qu'en dehors des plateformes de *streaming* leurs musiques ne sont pas suffisamment écoutées, et que leur capacité à toucher de nouveaux publics tient de la mise en récit de leurs parcours personnels plus que de leurs démarches artistiques.** Ainsi, la diversité de leurs musiques doit être mise en relation avec leurs parcours personnels de «représentants de la diversité» (par exemple en France ou au Québec). Afin que leurs musiques soient écoutées (et mieux consommées), les artistes canadiens issus de la diversité pointent la nécessité, selon l'industrie et les fonds subventionnaires, de mettre en récit le parcours personnel et migratoire pour justifier leur démarche esthétique auprès du grand public (et parfois même des jurys de subvention). Cette visibilisation par portrait est vécue comme un impératif professionnel dès lors que l'on participe de l'industrie musicale, mais peut parfois tendre vers un certain misérabilisme ou sensationnalisme. Inversement, beaucoup aimeraient que leurs portraits et parcours soient découverts après l'écoute et la découverte de leurs musiques.
  
10. **Les dynamiques de circulation et de réappropriation des sonorités mondiales contribuent à une certaine réinvention des « musiques du monde », favorisées par diverses technologies musicales et de nouvelles cultures numériques qui ont démocratisé la création et le partage des produits musicaux.** La meilleure illustration qu'on peut en donner est sans doute celle de la cumbia digitale (encore appelée *global bass*) qui constitue une nouvelle sorte de musique du monde de l'ère numérique (*World Music 2.0*), avec des musiques comme le kuduro angolais, le funk carioca ou le kwaito sud-africain), attirant un public jeune et branché. Les amateurs de « musiques du monde » ont ainsi de plus en plus de possibilités de découvrir et de consommer aujourd'hui les artistes et la musique qu'ils aiment, grâce entre autres aux nouveaux modes d'écoute et de diffusion de musiques, principalement la vidéo de courte durée et le *livestream*.







RAPPORT  
D'ÉTUDE





# Introduction

L'étude commanditée par les Productions Nuits d'Afrique (PNA), réalisée par l'Observatoire des réseaux et interconnexions de la société numérique (ORISON /UQAM) entre 2020 et 2021, a mis en évidence **les enjeux et les défis (en matière de reconnaissance, de valorisation, de visibilité, de découvrabilité et de rayonnement des créations/productions musicales)** auxquels sont confrontés les musiciens et musiciennes issus de la diversité, en particulier ceux ou celles dont les œuvres sont labellisées « musiques du monde ».

Cette étude a permis de réaliser une **analyse inédite des perceptions et des pratiques professionnelles des acteurs de l'industrie musicale canadienne** (musiciens, producteurs, diffuseurs, distributeurs, disquaires, critiques, etc.), **par rapport aux stratégies de promotion et aux processus d'auto-identification, de classement et de catégorisation des « musiques du monde »**. Elle dresse également un état des connaissances sur l'ontologie des « musiques du monde », en caractérisant et en situant ce groupe particulier d'objets musicaux dans l'offre globale du *streaming* musical, tout en examinant les dynamiques à l'œuvre relativement à la reconfiguration des rapports de force hégémonique entre les cultures musicales du « monde occidental » et celles du « reste du monde », à l'ère des plateformes d'écoute en continu, des listes de lectures (*playlists*) et des algorithmes de recommandation.

Il a ainsi été démontré que **les dynamiques de circulation et de réappropriation des sonorités mondiales contribuent à une certaine réinvention des « musiques du monde »**, favorisées par diverses technologies musicales et de nouvelles cultures numériques qui ont démocratisé la création et le partage des produits musicaux. Cette tendance ne doit cependant pas faire occulter **la réalité persistante de la sous-représentation et de l'invisibilisation de certaines expressions culturelles et linguistiques minoritaires, faisant en sorte que la diversité créatrice émanant des artistes et musiciens du monde n'est pas assez mise en valeur dans l'environnement numérique**. En effet, seule une infime minorité des musiciens de la diversité culturelle canadienne (surtout ceux originaires de l'Afrique) peuvent se prévaloir de la capacité d'atteindre un auditoire mondial et de rayonner à l'international, en dehors du cadre des festivals internationaux de « musiques du monde ». Par ailleurs, à moins d'être une mégavedette, les algorithmes et le système de rémunération des plateformes ne favorisent pas les artistes locaux issus de pays représentant des « petits marchés » culturels.

12

Les deux principales questions auxquelles répond cette étude sont les suivantes :

1. **La catégorisation des « musiques du monde » est-elle encore actuellement assez pertinente pour permettre d'en saisir la diversité des sous-genres musicaux qui la composent et d'en distinguer l'authenticité et les particularités/spécificités des artistes dont les œuvres sont identifiées à ce répertoire d'objets musicaux ?**
2. **À l'heure où l'offre musicale en ligne devient pléthorique et fragmentée sur différentes plateformes, comment le processus de catégorisation des « musiques du monde » pourrait-il redéfinir les modalités de découverte musicale tout en contribuant à mieux valoriser et accroître la visibilité et la recommandation des artistes de la scène musicale canadienne issus de la diversité ou des artistes internationaux (originaires d'Afrique, des Antilles/Caraïbes ou de l'Amérique latine) actifs dans le milieu des « musiques du monde » au Canada et au Québec.**

Dans une société pluriethnique et multiculturelle comme celle du Canada, ces « musiques du monde » s'offrent comme des expériences transculturelles qui constituent, à travers des processus de « transferts culturels », **l'un des moyens les plus efficaces pour favoriser une éducation artistique et culturelle des publics (surtout des jeunes), en élargissant leurs horizons sur des**

**cultures musicales diversifiées** et en stimulant leur curiosité envers les expressions musicales qui traduisent différentes visions du monde.

En effet, depuis trois décennies, **la mondialisation culturelle brouille et réinvente de manière permanente les frontières entre le global et le local**, à travers la circulation des flux culturels déterritorialisés. Ainsi, la découverte et la consommation des « musiques du monde » ont longtemps été motivées par une sorte d'invitation au voyage et un moyen d'assouvir le fantasme millénaire, voire civilisationnel, d'un idéal fondé sur **la représentation qu'on se fait de l'Autre et l'occasion qui est donnée de pouvoir le réimaginer, le rencontrer, apprécier la singularité de ses créations, en communiant avec et à travers sa culture ou sa musique**, faite de rythmes métissés ou fusionnés, aux tonalités et sonorités « envoûtantes ».

Du calypso (ou *kaiso*) de Trinité-et-Tobago au reggae jamaïcain, en passant par la bossa nova brésilienne, le zouk antillais, le soukous ou la rumba congolaise, ou encore le tango argentin, **l'exotisme s'est étendu à la musique à travers un langage universel et des esthétiques plus ou moins mondialisées**. La trajectoire transnationale des « musiques du monde » s'est donc beaucoup appuyée sur la stratégie visionnaire de certains *labels* en Europe et plus tard aux États-Unis, qui ont rapidement compris le potentiel commercial lié à l'intégration, à la valorisation et à la diffusion sur le marché global de nouveaux courants musicaux ethniques, traditionnels et métissés, avec des influences venues du monde entier, à la suite des circulations migratoires et des rencontres avec et entre différents artistes d'origines africaine, antillaise, caribéenne et latino-américaine. Toujours est-il que **ces voyages musicaux transatlantiques revendiquent une quête de décolonisation et d'émancipation à partir des constructions culturelles nationales qui ont cherché dès la fin des années 90 à se démarquer des stéréotypes ethno-musicaux et des musiques considérées comme purement traditionnelles, ethniques ou primitives**, pour mieux s'inscrire dans une modernité musicale alternative, puisant dans des formes esthétiques hybrides.

Tandis qu'elle est généralement perçue comme une simple opération de marketing réussie, l'invention de la *World Music* a néanmoins ceci de vertueux qu'elle a surtout permis aux « voix du Sud » de se faire entendre, tout en invitant les amateurs de musique à s'ouvrir à la diversité des expressions culturelles du monde entier. La révolution musicale à l'échelle de la planète réside dans la manière dont l'industrie musicale a réussi à faire accepter/adopter et à faire reconnaître par des publics d'autres aires géoculturelles et linguistiques la valeur et l'authenticité de produits musicaux qui étaient auparavant très limités géographiquement et enfermés dans un registre folklorique.

La présente étude met également en évidence certains problèmes de définition ainsi que les nombreuses controverses autour de l'ambiguïté sémantique que soulève l'appellation « musiques du monde », d'abord comme une entreprise d'étiquetage commercial des musiques d'ailleurs, et ensuite comme résultat d'une volonté de catégorisation qui reflète la manière homogénéisante que l'Occident a choisi de signifier (donner un sens) et de représenter les productions musicales provenant du reste du monde non-occidental. **Aujourd'hui, les débats et questionnements sur ce que sont ou ne sont pas les « musiques du monde » se sont intensifiés au cours des dernières années jusqu'aux récentes remises en cause des institutions musicales telles que la *Recording Academy* (organisatrice des *Grammy Awards*) qui a décidé en novembre 2020 de renommer le prix de la catégorie « *Best World Music Album* » en « *Best Global Music Album* ».** Les raisons derrière ce changement se justifient par la nécessité d'adopter « un terme plus pertinent, moderne et inclusif » et qui soit au diapason des tendances actuelles en matière d'écoute musicale, tout en prenant en compte les enjeux de diversité culturelle et les réalités sociopolitiques de l'époque contemporaine.

Il est à noter que depuis la création de cette catégorie musicale, **plusieurs musiciens et professionnels de l'industrie musicale, originaires des pays du Sud, perçoivent une connotation colonialiste dans l'appellation « musiques du monde »**, qui ne rend pas assez justice à la reconnaissance et la célébration des nombreux styles, courants et sous-groupes musicaux en provenance de l'Afrique, des Caraïbes, de l'Amérique latine, de l'Asie, du monde arabe ou oriental. Aujourd'hui, le fait que ces musiques soient aussi variées et en constante évolution rend la démarche taxinomique malaisée et ne facilite pas les différentes tentatives de redéfinition ou d'actualisation de classement catégoriel, surtout lorsque ces musiques se renouvellent et fusionnent à un rythme qui semble leur faire perdre l'authenticité par laquelle on les distingue comme « musiques du monde ». **Les « musiques du monde » continueront donc d'échapper aux cases musicales dans lesquelles on tente de les circonscrire ou de les rendre désuètes**, surtout si certains acteurs de l'industrie (*labels*, journaux spécialisés, critiques de disques, festivals ) continuent de faire de ces musiques leur fonds de commerce.

**L'étude recense également un certain nombre de défis liés à l'exposition et la mise en visibilité des « musiques du monde » sur les grandes plateformes d'écoute en continu de musique (telles que Spotify ou Deezer) et sur leurs listes de lecture les plus populaires.** En effet, pour conquérir les jeunes auditeurs, les plateformes de *streaming* musical semblent favoriser la découverte de certains genres et courants musicaux dominants comme le rap et les musiques urbaines, pop et électro. **Les nouveaux modes de prescription et de recommandation musicales via des listes de lecture ne contribuent donc pas systématiquement à la mise en valeur et à la promotion des genres/styles moins écoutés (comme les « musiques du monde »), ni à la découverte des artistes dont les œuvres sont associées à des répertoires plus nichés ou moins connus.**

Dans un univers où l'attention des utilisateurs des plateformes de *streaming* musical est très sollicitée, celles-ci ont trouvé le moyen d'optimiser le temps que nous passons à chercher des contenus, non pas en diversifiant leur recommandation à travers plus de choix, mais plutôt en la standardisant et en concentrant l'attention des auditeurs sur un nombre limité de produits-vedettes qui bénéficient d'une plus grande visibilité et accessibilité. **La popularité qu'acquière certains contenus et le succès qui accroît leur potentiel de découvrabilité seraient donc fondamentalement déterminés par le choix d'un grand nombre d'utilisateurs de les consommer; ce choix étant lui-même influencé par l'exposition et la visibilité dont jouit le contenu plutôt que par ses qualités intrinsèques (esthétiques et artistiques).** Ceci explique d'ailleurs pourquoi bien qu'ils soient présents sur les plateformes de *streaming*, les musiciens québécois et canadiens issus de la diversité et pratiquant les « musiques du monde » ont encore beaucoup de mal à gagner la bataille de l'attention et de la visibilité. Leurs œuvres faiblement découvrables ont une accessibilité et une consommation encore très limitées sur les plateformes mondiales. Il importe donc d'une part de repenser complètement les espaces de diffusion qui, par leur structure et leur fonction, imposent autoritairement leurs conditions de réception aux productions musicales qu'elles accueillent; et de l'autre part que les artistes de « musiques du monde » puissent adopter des stratégies de création, de diffusion (par exemple la publication de plusieurs versions d'un même titre) et de promotion (mise en visibilité) qui leur permettraient d'avoir plus de chances de figurer dans les résultats et occurrences de recommandation des algorithmes et des listes de lecture. Par ailleurs, **les stratégies les plus efficaces pour accroître la découvrabilité d'un artiste ou de ses titres musicaux en ligne demeurent généralement celles conçues et déployées par les curateurs de contenus, les responsables de listes de lecture éditoriales et les majors tels que Universal Music Group, Sony Music, Warner Music** (ces derniers gardant une certaine influence sur les activités et mécanismes de distribution numérique des services de *streaming* audio).

En outre, alors que la consommation d'une diversité de contenus en ligne est parfois assimilée à la personnalisation de l'offre culturelle, les algorithmes entretiennent plutôt une illusion de diversité de choix aux utilisateurs en les enfermant dans une bulle de filtre définie par leurs choix précédents. Ainsi, même si de nombreux consommateurs sont très ouverts à explorer et découvrir l'univers des « musiques du monde », les plateformes n'ont en théorie aucune motivation stratégique et commerciale à élargir les options de contenu en dehors des goûts et préférences déclarés au moment de l'inscription de l'utilisateur ou si ses habitudes et usages sur la plateforme ne reflètent pas cette curiosité et cette ouverture pour les « musiques du monde ». **L'utilisateur, dans un tel scénario, ne se verrait proposer/recommander que des contenus similaires et pas si diversifiés, sans que son horizon musical ne soit élargi à la découverte de nouveautés liées à d'autres styles, genres ou cultures que ceux auxquels il est familier.**

Dans le cadre de cette étude, nous avons réalisé des entretiens auprès d'une quinzaine d'acteurs (artistes-musiciens, producteur, directeur artistique, programmateur/programmatrice de festivals, gérant d'artiste, représentant de maisons de disques/labels, journalistes culturels) intervenant dans les milieux montréalais et international des « musiques du monde ». Parmi les personnes interviewées, on peut citer : *Djely Tapa, Zal Sissokho, Poirier, Naxx Bitota, Kiya Tabassian, Anit Gosh (Gypsy Kumbia Orchestra), Ramon Chicharron, Carine au Micro, Wesli, Yassine Boudouch (Collectif Boulila), Tessy Pokuah Paquin, Soro Solo et Hortense Volle*. Plusieurs enseignements-clés peuvent être tirés de ces entretiens :

1. La production géographiquement éparse des « musiques du monde » pose un problème à leur ancrage local ou territorial. **Ces musiques semblent toujours être des musiques, à la fois, internationales et locales.** Or, la quête de visibilité n'est pas souvent tournée vers les publics locaux/nationaux déjà fidélisés, mais plutôt vers les nouveaux publics à conquérir au niveau des marchés occidentaux.
2. Il existe une relation généalogique entre les « musiques du monde » et d'autres catégories musicales qui, au-delà d'une distinction stylistique, a tendance à **exacerber le caractère exotique** de ces musiques pour les utiliser comme faire-valoir auprès du grand public occidental en quête de renouvellement de son expérience de découverte musicale.
3. À l'heure où l'offre musicale n'a jamais été autant pléthorique en ligne, **les musiciens de la diversité culturelle canadienne peinent encore à être visibles et à tirer profit de manière optimale des nouveaux modes et circuits de production et de distribution numériques de la musique.** De plus, la plupart des obstacles à la découvrabilité et à la consommation en ligne des œuvres créées/produites par des artistes canadiens de « musiques du monde » sont liés à des problèmes d'accessibilité et de visibilité associés à la catégorisation de ces œuvres dans les « musiques du monde ».
4. Avec la révolution numérique, le potentiel de découvrabilité des « musiques du monde » pourrait être accru si les flux éditorialisés par les humains (les curateurs) et les recommandations automatisées (des algorithmes) des plateformes de *streaming* musical permettaient de les mettre davantage en valeur parmi les millions de titres disponibles sur les catalogues. **Des stratégies doivent être donc élaborées par les artistes et les professionnels de l'industrie pour permettre aux « musiques du monde » de gagner la bataille de l'attention, en défrichant de nouveaux territoires d'écoute.** Elles doivent faire partie de ce que les plateformes considèrent comme de la musique écoutable ou recommandable d'aujourd'hui et de ce que les créateurs de tendances jouent et font découvrir comme nouveaux sons au public mondial.

5. Les musiciens du monde font désormais preuve d'une diversité créatrice **pour s'affranchir d'un champ sémantique spécifique et pour déconstruire leur appartenance à une catégorie figée** à laquelle ils ont toujours du mal à s'auto-identifier, en composant des *mashup* et des mélanges musicaux très originaux. Pour ces artistes qui savent s'adapter aux temps nouveaux et à des publics étrangers, leur inscription dans la modernité n'est plus perçue comme une perte d'authenticité comme autrefois; surtout lorsque cette modernité se nourrit simultanément de brassages transnationaux et de traditions musicales fortes, liées à leur pays d'origine et au socle de leur identité culturelle.
6. Les différents artistes interrogés, bien que participant activement à différents festivals, événements culturels nationaux/internationaux et concours/prix labellisés « musiques du monde » se sentent pour la plupart appartenir à des univers stylistiques qui transcendent une seule catégorie. Leur appartenance multiple est aussi associée plus à leurs origines culturelles plutôt qu'aux attributs géographiques et linguistiques de leurs œuvres. À cet égard, il est noté à plusieurs reprises que **le fait de chanter dans une langue minoritaire** (*créole, brésilien portugais, wolof, lingala, malinké, bambara, minan, swahili, etc.*) **est avant tout fait dans une logique d'authenticité artistique**, mais cette logique semble être reniée par les logiques propres à l'industrie qui catégorisent ces contenus de fait dans les « musiques du monde ». Ainsi, faire du Hip-Hop ou de la musique électronique dans une langue africaine est labellisée comme *Musiques du monde* et non comme musique urbaine.
7. **La catégorie « musiques du monde » est donc une catégorie par défaut qui ne reflète pas les attentes artistiques mais les catégories industrielles.** D'ailleurs, sur l'enjeu de la multiplicité des langues chantées en « musiques du monde », plusieurs stratégies professionnelles adoptées par l'industrie musicale obligent dorénavant les artistes à : traduire leurs chansons selon les marchés ciblés, sous-titrer les paroles dans leurs clips vidéo sur YouTube, développer des sites Web dédiés à la retranscription et à l'explication des paroles de chanson, ou encore réaliser des collaborations (*featurings*) avec d'autres artistes internationaux qui peuvent chanter un refrain en anglais.
8. La nouvelle économie des plateformes fait que les retombées pour les ayants droit sont directement **conditionnées par le succès et la performance de leurs œuvres musicales en matière de nombre d'écoutes ou de likes.**
9. **Beaucoup d'artistes soulignent qu'en dehors des plateformes de *streaming* leurs musiques ne sont pas suffisamment écoutées, et que leur capacité à toucher de nouveaux publics tient de la mise en récit de leurs parcours personnels plus que de leurs démarches artistiques.** Ainsi, la diversité de leurs musiques doit être mise en relation avec leurs parcours personnels de « représentants de la diversité » (par exemple en France ou au Québec). Afin que leurs musiques soient écoutées (et mieux consommées), les artistes canadiens issus de la diversité pointent la nécessité, selon l'industrie et les fonds subventionnaires, de mettre en récit le parcours personnel et migratoire pour justifier leur démarche esthétique auprès du grand public (et parfois même des jurys de subvention). Cette visibilité par portrait est vécue comme un impératif professionnel dès lors que l'on participe de l'industrie musicale, mais peut parfois tendre vers un certain misérabilisme ou sensationnalisme. Inversement, beaucoup aimeraient que leurs portraits et parcours soient découverts après l'écoute et la découverte de leurs musiques.



10. **Les dynamiques de circulation et de réappropriation des sonorités mondiales contribuent à une certaine réinvention des « musiques du monde », favorisées par diverses technologies musicales et de nouvelles cultures numériques qui ont démocratisé la création et le partage des produits musicaux.** La meilleure illustration qu'on peut en donner est sans doute celle de la cumbia digitale (encore appelée *global bass*) qui constitue une nouvelle sorte de musique du monde de l'ère numérique (*World Music 2.0*), avec des musiques comme le kuduro angolais, le funk carioca ou le kwaito sud-africain), attirant un public jeune et branché. Les amateurs de « musiques du monde » ont ainsi de plus en plus de possibilités de découvrir et de consommer aujourd'hui les artistes et la musique qu'ils aiment, grâce entre autres aux nouveaux modes d'écoute et de diffusion de musiques, principalement la vidéo de courte durée et le *livestream*.

La population canadienne, et en particulier celle du Québec, est riche de l'apport artistique de ses différentes communautés ethnoculturelles. Ainsi, à travers l'évolution des processus et des flux migratoires, plusieurs générations de musiciens et musiciennes issus de la diversité se sont fait une place sur les scènes culturelles et artistiques locales/nationales/internationale, tout en développant des pratiques musicales originales et d'une grande variété.

Parfois, ces pratiques musicales sont le reflet des dynamiques d'adaptation et d'acculturation vécues suite à l'immigration. Les œuvres qu'elles génèrent contribuent au dialogue interculturel et au vivre ensemble. En célébrant les différences et les spécificités culturelles, ces œuvres musicales esthétiquement diversifiées deviennent des marqueurs symboliques des frontières identitaires et territoriales, référant à des univers musicaux d'ici et d'ailleurs, qui invitent inéluctablement à une rencontre avec l'Autre (les Autres) et à une reconnaissance de l'altérité.

Les rythmes et « musiques du monde » constituent en effet un élément important du paysage musical canadien, suscitant au fil des années l'engouement d'un nombre croissant d'auditeurs et de diffuseurs, notamment à travers des festivals internationaux de renommée qui permettent de les promouvoir. Dans une société pluriethnique et multiculturelle comme celle du Canada, ces « musiques du monde » s'offrent comme des expériences transculturelles qui constituent, à travers des processus de « transferts culturels », l'un des moyens les plus efficaces pour favoriser une éducation artistique et culturelle des publics (surtout des jeunes), en stimulant leur curiosité envers les musiques qui traduisent différentes visions du monde.

Or, les musiciens et musiciennes issus de la diversité et ceux ou celles dont les productions sont étiquetées « musiques du monde » sont régulièrement confrontés à des problèmes de reconnaissance, de valorisation, de visibilité, de découvrabilité et de rayonnement de leurs créations et de leur savoir-faire qui contribuent pourtant à enrichir la diversité au niveau de l'offre musicale canadienne et québécoise.

Pour remédier à cette situation, les Productions Nuits d'Afrique (PNA) ont mis en œuvre 2020 un projet visant à documenter dans l'environnement numérique le patrimoine musical (écrit, sonore, iconographique et vidéo) des musiciens et musiciennes canadiens issus de la diversité culturelle. Le projet<sup>1</sup> ambitionne également de sensibiliser ces artistes ainsi que les professionnels de l'industrie musicale canadienne sur les enjeux, défis et pratiques liés à l'accessibilité et la découvrabilité en ligne des « musiques du monde ».

C'est dans le cadre de cette initiative que l'Observatoire des réseaux et interconnexions de la société numérique (ORISON) a été mandaté pour réaliser la présente étude, qui vise en premier lieu à analyser les perceptions des acteurs de l'industrie musicale canadienne (musiciens, producteurs, diffuseurs, distributeurs, disquaires, critiques, etc.), issus de la diversité, par rapport aux processus d'auto-identification, de classement et de catégorisation des « musiques du monde ». Il s'agit également de dresser un état des connaissances sur l'ontologie des « musiques du monde », en caractérisant et en situant ce groupe particulier d'objets musicaux dans l'offre globale du *streaming* musical. Ce faisant, nous nous interrogeons également sur les effets que la mondialisation culturelle entraîne sur l'accessibilité et la circulation internationale des talents musicaux locaux et nationaux, en examinant les logiques d'éditorialisation et de recommandation algorithmique des plateformes transnationales de diffusion de musique en ligne.

---

<sup>1</sup> Ce projet, soutenu par le Conseil des arts du Canada (à travers le Fonds Stratégie numérique), s'inscrit dans la vision et l'ambition des fondateurs et dirigeants des Productions Nuits d'Afrique, qui depuis plus de trois décennies, cherchent à offrir une plus large exposition et une plus grande visibilité aux talents musicaux issus de la diversité en favorisant la découverte de leurs œuvres par le grand public, tant au Canada qu'à l'international.

Deux principales questions sous-tendent cette étude :

- 1) Sur quelle base, pouvons-nous caractériser et catégoriser les « musiques du monde » en saisissant ce qui les distingue (spécificités et particularités) des autres œuvres musicales; tant d'un point de vue des origines/provenance géographique, du style, du métissage des rythmes et sonorités et de l'authenticité musicale même de l'œuvre que du point de vue des messages véhiculés et des perceptions des artistes canadiens issus de la diversité dont les œuvres sont associées à ce groupe d'objets musicaux ?
- 2) À l'heure où l'offre musicale en ligne devient pléthorique et fragmentée sur différentes plateformes, ce processus de catégorisation des « musiques du monde » est-il toujours pertinent et comment pourrait-il redéfinir les modalités de découverte musicale, tout en aidant à mieux valoriser et accroître la visibilité et la recommandation des artistes de la scène musicale canadienne issus de la diversité ou des artistes internationaux (originaires d'Afrique, des Antilles ou de l'Amérique latine) actifs dans le milieu des « musiques du monde » au Canada et au Québec.

De ces questionnements découlent d'autres préoccupations que nous formulons à travers plusieurs sous-questions qui aident à circonscrire notre périmètre d'investigation :

**1.a)** Comment nommer et identifier les « musiques du monde » et mieux comprendre leur catégorisation? S'agit-il d'un « style », d'un « registre » ou d'un « mouvement musical » fortement influencé par les composantes ethniques, traditionnelles ou folkloriques des musiques nationales de différents pays? Cette catégorie de musique raconte-t-elle forcément une histoire, relative à des revendications socio-politiques ou identitaires s'inscrivant dans un mouvement de décolonisation culturelle (ou de désoccidentalisation de la musique classique et populaire)? Quels sont les marqueurs d'identité pour les artistes/musiciens qui se réclament de cette généalogie de « musiques du monde », en tenant compte des exclusions et des injustices épistémiques qu'opère cette catégorisation ?

**1.b)** Quelles méthodes et quels critères de distinction peuvent être appliqués à l'intérieur de cette catégorie musicale? Le mode de différenciation lié à l'origine nationale ou géographique d'une œuvre musicale est-il pertinent pour caractériser la diversité musicale de cette catégorie, surtout lorsqu'il s'agit de la mettre en relation avec d'autres catégories ou sous-catégories (sous-familles) liées à divers genres musicaux, par exemple? Les « musiques du monde » désignent-elles une « variété » hétérogène de musiques authentiques, non occidentales (africaine, afro-américaine, caribéenne ...), ou désignent-elles plutôt un style homogène et standardisé d'une « musique mondiale » moderne, inspirée de différentes cultures nationales/locales dans le monde entier (« *musique des goûts mondiaux* », « *musiques pour le monde* », « *musique écoutée de par le monde* »)? Ou s'agit-il d'une musique des diasporas, résultat d'un métissage, d'une hybridation ou d'une fusion de styles, de rythmes et d'expressions musicales minoritaires, que les majors (et maintenant les algorithmes) n'arrivent à rentrer dans aucune autre case ?

**2.a)** Comment l'accessibilité de ces « musiques du monde », leur positionnement ou leur éclatement en différents genres musicaux se manifeste dans les recommandations éditoriales et automatisées (listes de lectures thématiques, pages d'accueil et autres points d'entrée stratégiques du catalogue) des plateformes de diffusion en continu? Les processus de catégorisation et de curation de contenus en ligne nuisent-ils à la visibilité des musiciens issus de la diversité et à la mise en valeur de leurs musiques en ligne ?

**2.b)** Comment se construisent les imaginaires (exotisme, commerce/marketing ethnique, diversité, altérité) autour des « musiques du monde » et comment sont-ils traduits par les logiques industrielles d'exposition et de valorisation de l'offre et du patrimoine musical dans le contexte des transformations numériques qui affectent les pratiques de consommation de la musique ?

Afin d'apporter des éléments de réponse à ces interrogations, la méthodologie utilisée a consisté tout d'abord à réaliser une revue de la littérature sur les « musiques du monde », en faisant la recension et l'analyse des principales publications scientifiques (articles de revue, extraits d'ouvrages, textes de vulgarisation, rapports d'étude et travaux universitaires) à travers des recherches documentaires et bibliographiques.

Ensuite, des entrevues semi-directives ont été réalisées avec 16 personnes, dont : dix (10) artistes de la scène locale (montréalaise) issus de la diversité ; et six (6) professionnels (directeur artistique, programmateur/programmatrice de festivals, gérant d'artiste, représentant de maisons de disques/*labels*, journalistes culturels) du milieu des « musiques du monde ». Une approche discursive et conversationnelle a été privilégiée dans le cadre de ces entrevues pour prendre en compte les différentes perceptions/définitions des « musiques du monde » en tant que catégorie musicale produisant, voire structurant, un ensemble de discours, d'enjeux et de pratiques (récupérations, reprises, reclassement, production de musiques synthétiques, ingénierie musicale, marketing digital) qu'il importait d'analyser.

Enfin, nous avons procédé à une analyse des logiques éditoriales et algorithmiques des plateformes de *streaming* musical, en évaluant la présence, la visibilité et la recommandation en ligne d'un échantillon d'artistes et d'albums de musique du label de production Nuits d'Afrique ainsi que des musiciens lauréats du Syli d'or et des talents émergents de la scène musicale canadienne, issus de la diversité ou de l'immigration.

# Section 1

Mondialisation  
culturelle et rencontre  
entre différentes cultures  
musicales du monde :  
genèse, définitions et  
controverses autour du  
concept de « musiques  
du monde »



Depuis le tournant des décennies 80 et 90, les processus de mondialisation ont accéléré les échanges transfrontaliers des flux financiers, commerciaux, migratoires, communicationnels, mais surtout culturels. Cette interconnexion globale des sociétés et des cultures a été rendue possible grâce à l'effet combiné de plusieurs facteurs parmi lesquels : les vagues de libéralisation économique (dérégulation/dérèglementation), l'abaissement des barrières commerciales, les progrès technologiques (développement des réseaux de télécommunication et évolution des technologies de l'information et de la communication), l'ouverture des frontières nationales, la mobilité, le tourisme de masse et les rencontres entre les peuples.

Sur le plan culturel par exemple, la mondialisation culturelle a fait en sorte que le consommateur soit devenu progressivement « global », étant attiré par des produits culturels étrangers et développant des habitudes culturelles moins locales. La diversité culturelle, qui se manifeste par une multiplicité de formes d'expressions culturelles propres à des cultures de différents groupes et sociétés, est quant à elle devenue l'avatar d'une mondialisation heureuse qui célèbre le riche patrimoine culturel et artistique de l'humanité en favorisant l'augmentation des exportations culturelles et le dialogue des cultures à l'échelle mondiale<sup>2</sup>. Le subconscient collectif rêve alors de plus en plus de l'étranger, de l'adoption d'un style de vie global, exprimant ainsi toute la sensibilité exotique de l'époque qui fait la promotion des attributs (différences ou ressemblances) et des réalités culturelles des pays lointains. Il ne s'agissait plus alors seulement de témoigner de la curiosité, de l'intérêt, du désir ou de la fascination pour tout objet exotique dans le domaine des arts, mais plutôt de le découvrir et de le posséder. Les produits et contenus culturels, en particulier les films et la musique étrangers, n'échappent pas à ce goût pour l'exotique qui s'est carrément imposé comme une mode dans les années 70 et 80. La globalisation culturelle<sup>3</sup> rend ainsi compte de l'accélération et de l'intensification de l'interconnexion globale des flux communicationnels, migratoires et culturels qui font que la culture apparaît de moins en moins liée à des déterminations géographiques.

23

Cette réalité est bien rapportée à travers les travaux menés au sein des *cultural studies* dès la fin des années 80 et qui ont contribué à privilégier les théories et enjeux mettant en valeur les processus d'hybridation et de métissage culturels au détriment des concepts d'identité et de culture nationale. La mondialisation culturelle, dans sa dimension postcoloniale ou transnationale, brouille et réinvente de manière permanente les frontières entre le global et le local, à travers la circulation des flux culturels déterritorialisés. Le développement des industries culturelles se retrouve, dès lors, au cœur des tensions (qui perdurent d'ailleurs aujourd'hui) entre d'une part les initiatives et mesures soutenant la promotion et la protection des expressions culturelles locales/nationales ou minoritaires, et d'autre part les dynamiques de mondialisation qui poussent vers la marchandisation standardisée des biens et services culturels et la tendance à une hégémonie et une uniformisation culturelle<sup>4</sup> du divertissement mainstream américain (et dans une moindre mesure européen), qui essaime aux quatre coins du monde. C'est une caractéristique propre à la mondialisation culturelle que d'alimenter ce double processus de diffusion, de rencontre, de cohabitation d'une part et de confrontation d'autre part à l'échelle globale, entre des visions du monde, des systèmes de valeur et de pensée, des modes de vie, basés sur les spécificités culturelles et identitaires de sociétés ou de peuples distincts.

2 Voir les travaux de Dominique Wolton sur « L'Autre mondialisation »

3 Voir les travaux de John Tomlinson autour de la notion de « Cultural Globalization » : John Tomlinson, *Globalization and Culture*, Cambridge, Polity Press, 1999, 248 p.

4 L'hégémonie culturelle est un concept qui décrit la domination culturelle d'un groupe d'individus, d'une classe sociale ou d'une société qui impose sa vision du monde, ses valeurs et ses croyances collectives comme la norme culturelle et idéologique dominante. Le concept d'hégémonie au sens marxiste a été élaboré au début du XXe siècle par l'essayiste et homme politique Antonio Gramsci.

Cependant, afin de comprendre et d'étudier les processus liés à la circulation transnationale des « musiques du monde », il importe de dépasser les antagonismes entre identités culturelles et de faire abstraction du choc des cultures (ou « choc des civilisations ») pour davantage privilégier l'hypothèse d'un consumérisme universel lié à la marchandisation d'une culture globalisée<sup>5</sup>.

### 1.1 De la mondialisation métissante à l'exotisme autour des « musiques du monde » : Entre hybridation et quête d'authenticité

La mondialisation, tout en favorisant l'interpénétration des cultures, a aussi contribué à l'émergence d'une supraculture mondialisée qui constitue l'une des manifestations de l'occidentalisation du monde, principalement sous l'influence des États-Unis<sup>6</sup> et de l'Europe qui, depuis le début du XX<sup>e</sup> siècle, diffusent massivement et tentent d'imposer leurs valeurs, leurs croyances, leurs normes, leurs pratiques culturelles et leurs modes de vie (incluant les loisirs, le divertissement et la culture de la consommation) à l'ensemble des peuples de la planète.

Le rôle joué par les industries de la culture et des médias, contrôlées par des puissances dominantes et des grandes firmes multinationales, est central dans ces processus d'uniformisation qui nourrissent et accentuent le phénomène d'impérialisme culturel<sup>7</sup> qui s'étend du centre vers les périphériques, du Nord vers le Sud, de l'Occident vers le reste du monde. Comme le rappelle Jean Tardif : « *La mondialisation culturelle modifie de façon structurante les conditions dans lesquelles s'opèrent les interactions entre les sociétés et leurs cultures. [...] La sphère médiatique globalisée ne fait pas disparaître le territoire, mais elle constitue un espace virtuel où se définissent les modèles, les styles de vie, les codes, les héros, les rêves fondés sur des valeurs consuméristes, souvent plus séducteurs et influents que l'entourage immédiat. Ainsi émerge une nouvelle matrice de socialisation, qu'on pourrait appeler « l'hyperculture globalisante »* »<sup>8</sup>.

Cette hyperculture globalisante n'est rien d'autre que le courant culturel dominant (« *Mainstream* »<sup>9</sup>) qui cherche à séduire la masse (culture de masse, des best-seller, des hits), en façonnant un marché mondial et une offre grand public, avec des contenus internationaux susceptibles de plaire à tout le monde. La mondialisation de l'industrie musicale n'échappe malheureusement pas à cette dictature du *Mainstream*, avec une dynamique homogénéisatrice qui obéit aux logiques de la *star-system* en même temps qu'elle accentue la concentration<sup>10</sup> de l'offre musicale globale sur des produits-vedettes et des artistes internationaux. Ceci a d'ailleurs tendance à renforcer l'uniformisation des goûts musicaux autour de standards appauvris, surtout dans notre époque actuelle où les algorithmes se sont substitués aux disquaires dans le rôle de prescripteur de goûts.

5 Gilles Lipovetsky et Jean Serroy, *La Culture-monde : réponse à une société désorientée*, Paris, Odile Jacob, 2008, 223 p.

6 « Il y a bel et bien une culture globale en voie d'émergence et elle est essentiellement américaine dans son contenu et son origine ». Peter Berger, « The Cultural Dynamic of globalization », dans Peter Berger et Samuel Huntington (eds), *Many globalizations : cultural diversity in the contemporary world*, Oxford, Oxford UP, 2002, p.2

7 Voir Herbert Schiller, *Communication and Cultural Domination*, New York, M.E. Sharpe, 1976, 127 p. (Voir aussi : Edward Saïd, *Culture et impérialisme*, Paris, Fayard, 2000, 555 p.)

8 Jean Tardif, « Mondialisation et culture : un nouvel écosystème symbolique », *Questions de communication*, 13, p. 197-223, 2008, <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1764>

9 Voir l'ouvrage du chercheur et journaliste français Frédéric Martel (*Mainstream : Enquête sur la guerre globale de la culture et des médias*, Paris : Flammarion, 2020, 624 p.) qui propose une analyse de la mondialisation de l'entertainment en décryptant les rapports de force entretenus par différentes zones géographiques et économiques, à travers la question du leadership des industries culturelles. Le livre s'appuie sur un travail d'enquête ayant permis à son auteur de réaliser 1250 entretiens dans 30 pays et près de 150 villes sur une période de 5 ans, afin de dresser la nouvelle géopolitique de la culture.

10 Selon la Fédération Internationale des Industries Phonographiques, les majors contrôlaient vers le milieu des années 1990 environ 80 à 90 % des ventes mondiales de musique (légalement) enregistrée.



Toujours est-il que cette mondialisation de la musique, qui est loin d'être un phénomène récent, a engendré aussi (dans ses premières heures) un phénomène de diversification des goûts, des besoins et attentes, ainsi que des choix musicaux des mélomanes en matière d'écoute et de consommation musicale ; s'opposant aux dynamiques liées à la production culturelle de masse et à ses flux globaux. Vers la fin du XX<sup>ème</sup> siècle, les avancées en matière de techniques de production et le développement de nouveaux modes et formats de diffusion de la musique, la circulation des musiciens et des instruments de musique entre différents pays et régions géographiques du monde, la création de sonorités mondiales, polyrythmiques et métissées sont autant de facteurs qui ont accéléré la circulation transnationale<sup>11</sup> et la découverte par un auditoire mondial d'un riche répertoire d'œuvres musicales ethniques, traditionnelles ou folkloriques, provenant surtout des pays de l'hémisphère Sud. C'est ce mouvement qui suscitera à la fois une quête d'authenticité, un désir de retour aux sources, et un intérêt marqué des professionnels de l'industrie et des amateurs pour les musiques d'ailleurs.

La *World Music* est alors propulsée comme un phénomène représentant le nouveau stade de l'exotisme<sup>12</sup> musical puisque les « musiques du monde » revendiquent l'authenticité à au moins deux niveaux : « authenticité des cultures « indigènes », ethniques, tribales, primitives — quel que soit l'adjectif utilisé, ils sont en fait interchangeables — désormais achetables en sons et images ; authenticité, ou sincérité, des rencontres (sur scène ou en studio) qui se déroulent dans le cadre de divers projets *world*. »<sup>13</sup>

Au-delà de la simple délimitation d'une catégorie musicale distincte du répertoire de la musique classique occidentale, le phénomène de la « *World Music* » a donc aussi pour vocation de répondre à une demande globale d'exotisme et d'attirer l'attention des publics occidentaux sur la dimension éthique et décoloniale d'une démarche de reconnaissance<sup>14</sup> de l'altérité (relation à l'Autre). Ces possibilités offertes par la *World Music* de (re) construire les imaginaires d'ailleurs à travers de nouvelles aventures d'exploration, de découvertes et de rencontres musicales exotiques doivent prendre en considération les enjeux relatifs à l'identité, à l'hybridité et à l'authenticité dans la manière de (re) présenter la musique de l'Autre, sans la dénaturer, ni la figer dans des stéréotypes, mais en respectant ce qui fait son originalité, sa spécificité et sa différence.

Dans un monde musicalement interconnecté, l'effet des brassages, métissages et fusion entre des musiques locales ou ethniques de différentes régions géographiques du monde devrait permettre de s'affranchir d'une situation hégémonique de la musique populaire et savante occidentale ainsi que des représentations stéréotypées<sup>15</sup> que se font les occidentaux sur les « autres » cultures musicales du monde.

11 Ulf Hannerz, *Transnational Connections : Culture, People, Places*, Londres et New York, Routledge, 1996, 216 p. <https://doi.org/10.4324/9780203131985>

12 À propos de l'exotisme, voir les travaux de l'anthropologue Edward Saïd, notamment son livre sur l'orientalisme (1979) et plus récemment Timothy D. Taylor, *Beyond Exotism. Western Music and the World*, Durham, Duke University Press, 2007, 328 p.

13 Denis-Constant Martin. *Sur la piste des OPNI*. Chapitre 13 : Les « musiques du monde ». Imaginaires contradictoires de la globalisation ». Paris, Karthala, « Recherches internationales », 2002, p.417

14 Cette démarche de promotion des courants musicaux traditionnels et ethniques de la *World Music* a très vite pris l'allure d'un « grand bazar de la rencontre des cultures au supermarché de l'exotisme », pour reprendre une formule utilisée par Denis Constant-Martin, lors du colloque sur la diffusion des musiques du monde, organisé à Paris en mai 1998.

15 On ne peut s'empêcher d'évoquer ici l'exemple des « *minstrels* », ces divertissements organisés à une certaine époque par les colons blancs pour mettre en scène, voire pour ridiculiser, à l'aide de grimaces excessives et de parodies, les danses et musiques pratiquées par les peuples noirs colonisés. Ces représentations désobligeantes et stéréotypées dépeignaient les noirs à travers leur supposée animalité/agilité et leurs attributs caractéristiques de personnes joyeuses, émotives et possédées par la musique. Voir : Yves Raibaud, *Les grands brassages de la musique*, 2009, pp.32-37. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00474198>

Dans une tribune du *Courrier international*, Christian Braad Thomsen, le réalisateur du documentaire « *Queen of percussion* » (dédié à la percussionniste danoise Marilyn Mazur) propose une analyse très lucide sur la diversité créatrice des inspirations, influences, mélanges et fusions (*cross-over*) qui concourent, du local au global, à une véritable réinvention de la *World Music* : « La force de la *World Music*, c'est justement d'oser cultiver ses racines locales à une époque où tant d'autres musiques perdent de leur caractère en s'internationalisant. Mais inversement, c'est un préjugé de croire qu'un musicien du monde est forcément quelqu'un qui évolue dans son petit village du Mali, d'Arménie ou du Pakistan en fredonnant les chansons de ses ancêtres sans se laisser corrompre par le contact avec l'industrie musicale internationale. Car le monde est un village, et beaucoup de stars mondiales ne se sont pas contentées de la musique de leurs ancêtres au cours de leur jeunesse. Le Zimbabwéen Thomas Mapfumo était fou d'Elvis Presley et d'Otis Redding, le Nigérian Fela Kuti écoutait Sonny Rollins et John Coltrane, tandis que le Brésilien Milton Nascimento s'intéressait aussi bien au chant grégorien qu'aux Beatles<sup>16</sup> ».

Cependant, si les « musiques du monde » ont permis à de nombreux musiciens talentueux (par exemple ceux du continent africain ou les afro-caribéens) d'accéder à une reconnaissance et une légitimation à travers un succès tant localement dans leurs pays d'origine qu'à l'international, il n'en demeure pas moins que la marchandisation des « musiques du monde » participe à la construction d'une vision et d'un ensemble de discours occidental-centré sur le monde et sur les musiques d'ailleurs. En effet, une grande majorité de ceux qui produisent (producteurs) ses sons et des albums *World* vivent dans les métropoles des pays du Nord et formatent leur offre sur des standards liés aux représentations du public occidental.

Il serait alors légitime de questionner, d'un point de vue morale et éthique, le processus de construction de l'altérité et les stratégies de promotion des artistes et musiciens du « Sud » par des *labels* du Nord, si l'intérêt accordé à leurs musiques ne s'inscrit pas dans une démarche sincère de valorisation de leurs talents, et découle plutôt simplement d'un processus d'étiquetage commercial répondant aux impératifs de mise en marché et de commercialisation d'un produit musical exotique, économiquement rentable ou profitable. C'est ce qui a sans doute amené Francesco Giannatasio à présumer que « *le nouveau village musical global sera édifié sur la base de l'esthétique et de la « culture » du marché* » et « *qu'il s'agira d'un village avec des rues sans noms et sans pancartes, sauf — bien sûr — les enseignes lumineuses des mégastores de disques et des nouveaux media* »<sup>17</sup>.

Tous ces constats soulèvent par ailleurs des préoccupations concernant l'authenticité même de certains produits musicaux se revendiquant ou qui se voient assigner par défaut l'étiquette des « musiques du monde » pour répondre à une demande de marché. En 2004, John Connel et Chris Gibson trouvait assez problématique la tendance qu'avaient les artistes du Sud à s'hybrider ou à hybrider leurs œuvres sachant que cela n'obéissait qu'à une stratégie marketing occidentale de la *World Music*, entraînant des conséquences sur leurs identités de plus en plus déterritorialisées<sup>18</sup>. On peut ainsi se demander à quel point l'authenticité des musiques locales non-occidentales a été affectée par les nouvelles esthétiques et les nouveaux moyens techniques d'enregistrement, de production et de reproduction musicale qui s'inscrivent dans un cadre de référence très occidental de la modernisation des musiques de culture populaire à tra-

16 Christian Braad Thomsen, « La World Music se réinvente », *Courrier international*, 16 octobre 2009, <https://www.courrierinternational.com/article/2009/10/08/la-world-music-se-reinvente>

17 Francesco Giannatasio, « L'esthétique e(s)t le marché : quelques réflexions sur le commerce de la World Music », *Trans, Revue de musiques transculturelles*, no. 5, juin, 2000. <https://www.redalyc.org/pdf/822/82200504.pdf>

18 Johnson Connell et Chris Gibson, « World Music: Deterritorializing Place and Identity ». *Progress in Human Geography*, vol. 28, no 3, 2004, p. 342-361. <https://doi.org/10.1191/0309132504ph493oa>

vers le monde. D'autre part, tout comme le suggèrent les travaux du socio-anthropologue américain d'origine indienne, Arjun Appadurai, il y a un intérêt à analyser les conséquences que peut entraîner l'économie culturelle globale<sup>19</sup> (une économie marquée par la « disjonction » entre territoire, nationalité, citoyenneté et culture) sur les productions culturelles locales. En considérant que les « musiques du monde » constituent le résultat d'un processus complexe d'interactions interculturelles, combinant des éléments de différents répertoires musicaux pour former une « nouvelle »<sup>20</sup> catégorie musicale, la question demeure de savoir comment mettre en valeur la véritable part du « local » dans les nouvelles créations hybrides, issues de la créolisation<sup>21</sup> ou du métissage des musiques dans un monde culturel globalisé et déterritorialisé<sup>22</sup>.

Bien que s'appuyant sur des symboles culturels universellement reconnus, la globalisation de l'industrie musicale a paradoxalement provoqué un mouvement d'éveil de conscience planétaire sur l'hégémonie culturelle occidentale et sur des inégalités entre les sociétés humaines, sources de profondes injustices sociales dans un « monde unique » et désormais fortement interdépendant.

Ce mouvement de conscience planétaire, fortement empreint d'exotisme, mais aussi de fraternité, de compréhension, de tolérance et de solidarité, plaide en faveur du mélange des cultures, du métissage<sup>23</sup> des goûts et des valeurs, de l'hybridation des patrimoines et des répertoires culturels. Du calypso (ou *kaiso*) de Trinité-et-Tobago au reggae jamaïcain, en passant par la bossa nova brésilienne, le zouk antillais, le soukous ou la rumba congolaise, ou encore le tango argentin, l'exotisme s'étend à la musique à travers un langage universel et des esthétiques plus ou moins mondialisées.

La consommation des musiques dites du monde devient alors une invitation au voyage et à la découverte, un moyen d'assouvir le fantasme millénaire, voire civilisationnel, d'un idéal fondé sur la représentation qu'on se fait de l'Autre et l'occasion qui est donnée de pouvoir le ré-imaginer, le rencontrer, apprécier la singularité de ses créations, en communiant avec et à travers sa culture et sa musique, en adoptant des rythmes métissés ou fusionnés, aux tonalités et sonorités « envoûtantes ».

## 1.2. Généalogie du concept de *World Music* et circulation transnationale des produits musicaux du Sud

La trajectoire transnationale des « musiques du monde » s'est d'abord appuyée, faut-il le rappeler, sur la stratégie visionnaire de certains *labels* en Europe et ensuite aux États-Unis qui ont rapidement compris le potentiel commercial lié à l'intégration, à la valorisation et à la diffusion sur le marché global de nouveaux courants musicaux ethniques, traditionnels et métissés, avec des influences venues du monde entier, suite aux circulations migratoires et aux rencontres avec et entre différents artistes d'origines africaine, antillaise, caribéenne et latino-américaine<sup>24</sup> : « *C'est cela que la World Music a changé : elle a mis le lointain, l'insoupçonné à portée*

19 Martin Roberts, « "World Music" and the Global Cultural Economy. » In *Diaspora : A Journal of Transnational Studies*, vol. 2 no. 2, 1992, p. 229-242. Project MUSE, doi:10.1353/dsp.1992.0015.

20 Stuart Hall, « New cultures for old », in Massey Doreen et Jess Pat (eds.), *A Place in the World ? Places, Cultures and Globalization*, The Open University, Oxford University Press, Oxford, 1995, p. 193-196.

21 Guillaume Samson, « Transculturations musicales et dynamiques identitaires », *L'Homme* [En ligne], 207-208, 2013. <http://journals.openedition.org/lhomme/24693>

22 Arjun Appadurai, *Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la mondialisation*, Paris, Payot, 2008, 336p.

23 Denis-Constant Martin, « Le métissage en musique : un mouvement perpétuel (Amérique du Nord et Afrique du Sud) », *Cahiers d'ethnomusicologie*, 13, 2001, p. 3-22.

24 À ce sujet, il est utile de préciser que c'est au cours de la période des colonisations, de l'esclavage et des grands

d'oreille ; elle a mélangé les genres et les publics ; mais, pour y parvenir, elle a commercialisé les traditions, elle a technicisé l'oralité, elle a rentabilisé les envies d'ailleurs sonores.<sup>25</sup>»

Plusieurs écrits<sup>26</sup> situent l'émergence du concept de « *World Music* », dans sa connotation d'étiquette commerciale, à la fin des années 1980. C'est précisément en 1987 qu'une douzaine de promoteurs de concert, de journalistes, de musiciens et de maisons de disque indépendants britanniques, ont convenu, à l'issue d'une rencontre dans un pub londonien (*The Empress of Russia*), de regrouper sous l'appellation « *World Music* » un ensemble de musiques hétérogènes d'un « nouveau<sup>27</sup> » genre, venues d'ailleurs, et ne rentrant dans aucune des catégories existantes dans lesquelles les disquaires et autres magasins de distribution européens ou américains classent habituellement les produits musicaux dans leurs présentoirs ou rayons.

Une nouvelle catégorie musicale venait ainsi d'être créée sous l'impulsion des chantres tels que Peter Gabriel (créateur de la maison de disques Womad/Real World), Paul Simon (avec son mythique album *Graceland*, enregistré en Afrique du Sud), Mickey Hart et Brian Jones. Au-delà de la vision de ces chantres, ce sont les institutions telles que le Billboard, les Grammy Awards, les festivals et concerts internationaux ainsi que plusieurs « grandes messes<sup>28</sup> » de la musique, associés à des événements caritatifs d'envergure transcontinentale, qui ont consacré les « musiques du monde » comme une nouvelle niche du marché mondial du disque, comme une catégorie importante du monde actuel de la musique et comme un véritable phénomène de mode apportant un nouveau souffle à des artistes occidentaux et procurant aux musiciens du Sud un public occidental. L'engouement des producteurs indépendants européens et leurs investissements dans ce secteur musical, au moment de son émergence, était motivé par la nécessité d'homogénéiser artificiellement<sup>29</sup> un ensemble hétérogène de musiques ethniques et folkloriques jusque-là peu rentables, marginalisées<sup>30</sup> ainsi que de nouvelles musiques urbaines d'Afrique, de l'Asie et de l'Amérique destinées à des marchés locaux, et de les standardiser pour en faire des produits de masse exportables et consommables par le public occidental.

On peut convoquer le concept de transculturation musicale (ou *music transculturation*) de Margaret Kartomi<sup>31</sup> pour décrire et rendre compte des processus d'adoption de cultures musicales

---

voyages des explorateurs que se sont intensifiés les processus d'hybridation et de métissage musicaux. Cela se vérifie particulièrement au niveau de l'exportation, de la ré-appropriation, de la fusion des musiques européennes, africaines, caribéennes et latine et leur commercialisation au XXème siècle

25 Denis-Constant Martin, *op.cit.*, p. 408

26 Voir les travaux de Timothy D. Taylor, *Global Pop, World Music, World Markets*, New York, Routledge, 1997, 304 p.

27 L'usage du qualificatif « nouveau » est à relativiser ici, car même si le phénomène de la World Music paraissait nouveau avec l'invention du concept vers la fin des années 1980, les formes musicales qu'il recouvre ont existé depuis toujours. Ce qui est véritablement inédit ici, ce sont certainement les moyens techniques et les stratégies commerciales utilisés pour assurer la promotion, la diffusion et la circulation de ce type de musiques, présentées comme « nouvelles ».

28 À titre d'exemples, on peut mentionner des événements clé tels que : WOMAD (World of Music Arts and Dance), WOMEX (World Music Exhibit), Tribute to Mandela, Africa Live... et un peu plus tard des festivals nationaux/internationaux comme Couleurs Café, Musiques Métisses, Découvertes RFI, Francofolies, Nuits d'Afrique, Festival Musique du Bout du Monde, Festival Mawazine... pour ne citer que ceux-là.

29 Comme le rapporte Cottrell, les promoteurs du concept de la World Music avaient simplement l'intention de créer « un produit pour quelque chose qui était déjà là, mais qui devait être identifié ». Stephen Cottrell, « An Interview with Ben Mandelson », *Ethnomusicology Forum* 19/1, 2010, p. 57-68. DOI: 10.1080/17411911003754780

30 Ces musiques se retrouvaient généralement dans les collections de musiques traditionnelles des ethnomusicologues ou grâce à des initiatives telles que Ocora Radio France qui œuvraient pour la sauvegarde et la patrimonialisation de ces formes musicales.

31 Margaret Kartomi, 1981 « The Processes and Results of Musical Culture Contact : A Discussion of Terminology and Concepts », *Ethnomusicology* 25 (2) : 227-249. <https://doi.org/10.2307/851273>  
(Voir aussi : Guillaume Samson, « Transculturations musicales et dynamiques identitaires », *L'Homme* [En ligne], 207-208, 2013. <http://journals.openedition.org/lhomme/24693>)

étrangères qui sont à l'œuvre dans le métissage ou la fusion des « musiques du monde ». Sous l'effet de facteurs extra-musicaux (héritage colonial, immigration, « mobilité culturelle »<sup>32</sup>, contexte politique ou socio-historiques...), ces processus débouchent sur la création de nouveaux genres ou styles musicaux avec une identité musicale qui leur est propre, malgré de nombreux emprunts et influences. L'exemple de la transformation du raï, d'un genre populaire local d'Algérie à un genre à diffusion internationale (le « raï *made in France* », représenté par des artistes tels que Khaled, Cheb Mami, Faudel, Taha), en constitue une pertinente illustration<sup>33</sup>.

Appliqué à l'objet culturel que sont les « musiques du monde », le processus de transculturation musicale exige des producteurs et des musiciens de se soumettre à des mécaniques de « transfert culturel<sup>34</sup> ». Celles-ci passent nécessairement par des dynamiques de resémantisation (redonner un nouveau sens), de réadaptation, de réinterprétation, de relocalisation ou de transposition d'une pratique musicale ou de formes musicales. Les transferts culturels auxquels invitent les « musiques du monde » mettent alors en évidence des tensions entre l'ancrage territorial (par exemple les lieux de résidence et d'origine) et l'appartenance culturelle ou identitaire des personnes qui font cette musique ; ce qui induit des choix (pas nécessairement assumés) tant au niveau des langues (vernaculaires ou véhiculaires) dans lesquelles ces musiques sont créées ou chantées, qu'au niveau de la vision du monde et des messages (parfois de contestation ou de revendication) véhiculés/transmis à travers ces musiques et les publics visés par ces messages.

Il est à souligner que la circulation internationale des musiques de la culture diasporique noire (d'influence afro-américaine ou caribéenne), a indéniablement connu une accélération lorsque les entreprises transnationales du divertissement ont compris comment vendre et promouvoir l'identité et la diversité des cultures noires à travers les « *black musical cultures* » (notamment le jazz et ses dérivés). Ces musiques qui s'enrichissent de divers déplacements, emprunts, transformations et réappropriations, d'un côté à l'autre de ce que Paul Gilroy appelait *l'Atlantique noir*<sup>35</sup> (*Black Atlantic*), servent de racines culturelles et de matériaux bruts pour les processus créatifs des « musiques du monde », dès lors considérées comme de nouvelles formes culturelles « syncrétiques ». À titre d'exemple, le reggae jamaïcain, musique à essence revendicative<sup>36</sup>, puiserait ainsi ses sources dans une africanité originelle, avec une Babylone

32 Voir le concept de *cultural mobility* : Marcus Breen, « The end of the world as we know it: popular music's cultural mobility », *Cultural Studies*, 9, 1995, p. 477, 486-504. <https://doi.org/10.1080/09502389500490531>

33 Cette transformation est le résultat de plusieurs modifications importantes au niveau du sujet des textes chantés, du lexique, du rythme, de la modalité, du style du chant, de la ligne mélodique et du son. Pour aller plus loin, voir : Gabriele Marranci, « Le raï aujourd'hui : Entre métissage musical et world music moderne », *Cahiers d'ethnomusicologie* [En ligne], 13 | 2001. <http://journals.openedition.org/ethnomusicologie/699>

34 Michel Espagne, « La notion de transfert culturel », *Revue Sciences/Lettres* [En ligne], 1, 2013 <http://journals.openedition.org/rs1/219>

35 Paul Gilroy, *The Black Atlantic. Modernity and Double Consciousness*, Harvard University Press, Cambridge, 1993, p. 2, 15, 102. L'ouvrage a été traduit en français : *L'Atlantique noir : modernité et double conscience*, Kargo, Paris, 2003.

36 « Entre le continent africain et le reggae, [...] le lien est aussi naturel qu'évident. La pensée que véhicule cette musique née dans les Caraïbes est imprégnée par le panafricanisme, qui s'est développé depuis le début du XXe siècle, et le retour à la terre-mère pour ses enfants déportés de l'autre côté de l'Atlantique par 400 ans d'esclavage. Dans les studios de Kingston, dès le début des années 1970, on l'évoque souvent : Back to Africa d'Alton Ellis, African Roots de Johnny Clarke, Beautiful Africa de Gregory Isaacs... Idéalisée, fantasmée, l'Afrique qui n'est pas encore complètement libérée de la colonisation est pour la première fois valorisée par une musique à la popularité internationale, portée en outre par la première star issue d'un pays du tiers monde. Sa dimension revendicative, qui pointe le rapport entre dominants et dominés ainsi que les inégalités qui en découlent, rejoint aussi les préoccupations des populations. ». Bertrand Lavaine, « Comment le reggae africain a réussi son émancipation », RFI Musique, Grand angle, 7 mai 2021. <https://musique.rfi.fr/reggae/20210507-comment-le-reggae-africain-reussi-son-emancipation>

dont le prince serait le Négus d’Ethiopie<sup>37</sup>. Toujours est-il que l’ancrage du reggae en terre africaine s’est fait d’abord par la diffusion des chansons des artistes jamaïcains (en particulier Jimmy Cliff et Bob Marley), avec des concerts qui prenaient l’allure de pèlerinages en terre africaine et où les prestations scéniques étaient sublimes par des rythmes, des pas de danses et des chansons symbolisant une quête spirituelle et humaniste de communion fraternelle et de retour aux sources.

Comme le rapporte si bien Émilie Da Lage : « Musicalement, la rumba et les rythmes cubains, la soul, le rock, le funk vont être décisifs dans les hybridations musicales africaines des années 1960 et 1970. Les voyages musicaux transatlantiques n’ont pas attendu la décolonisation bien sûr, mais ils seront assumés et revendiqués dans les constructions culturelles nationales. Ces solidarités musicales montrent la voie que tente de suivre les pays indépendants : une modernité assumée qui au lieu de se construire sur le principe de rupture avec le passé et la tradition y puise pour inventer une forme originale de modernité.<sup>38</sup> ». À la faveur du mouvement altermondialiste de la fin des années 90, les succès mondiaux de Buena Vista Social et de Manu Chao ont aussi marqué une période de maturité pour la *World Music*, qui se démarque peu à peu des stéréotypes ethnomusicaux et des musiques purement traditionnelles, ethniques ou dites primitives et enracinées dans un territoire.

Tandis qu’elle est généralement perçue comme une simple opération de marketing réussie, l’invention de la *World Music* a néanmoins ceci de vertueux qu’elle a surtout permis aux « voix du Sud » de se faire entendre, tout en invitant les amateurs de musique à s’ouvrir à la diversité des expressions culturelles du monde entier. La révolution musicale à l’échelle de la planète réside dans la manière dont l’industrie musicale a réussi à faire accepter/adopter et à faire reconnaître par des publics d’autres aires géoculturelles et linguistiques la valeur et l’authenticité de produits musicaux qui étaient auparavant très limités géographiquement et enfermés dans un « carcan misérabiliste ou folklorique<sup>39</sup> ».

Ainsi au cours des décennies 80-90 jusqu’aux années 2000, les projecteurs ont été mis sur plusieurs virtuoses de la musique africaine. Mentionnons pêle-mêle plusieurs exemples de ces artistes et groupes africains qui restent des références lorsqu’on évoque les « musiques du monde » : *Youssou N’Dour*, *Mory Kanté*, *Salif Keita*, *Manu Dibango*, *Ali Farka Touré*, *Touré Kunda*, *Ray Lema*, *Fella et Fèmi Kuti*, *Tony Allen*, *Angélique Kidjo*, *Cesaria Evora*, *Oumou Sangaré*, *Rokia Traoré*, *Amadou et Mariam*, *Papa Wemba*, *Baaba Maal*, *Orchestra Baobab*, *Africando*, *Poly-Ritmo*, *Alpha Blondy*, *Cheb Khaled*, *Tiken Jah Fakoly*, *Didier Awadi*, et la liste est loin d’être close...

Cette génération d’artistes est à l’origine d’une impressionnante cuvée d’albums et de tubes<sup>40</sup> qui ont connu des succès commerciaux retentissants et un rayonnement qui s’étend bien au-delà des frontières nationales et au-delà du continent africain. À ce sujet, Ons Barnat<sup>41</sup>

---

37 Yves Raibaud, *ibid.*

38 Émilie da Lage, « Politiques de l’authenticité », *Volume ! La revue des musiques populaires* [En ligne], 6 : 1-2 | 2008, p.17 à 32. <http://journals.openedition.org/volume/179>

39 Michael Spanu, « Pour une approche critique de la diversité des langues chantées dans les musiques populaires à l’ère de la mondialisation numérique », *Questions de communication*, 2019/1 (n° 35), p. 281-303. <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2019-1-page-281.htm>

40 On peut citer parmi ses tubes et albums : « Soul Makossa » de Manu Dibango ; « Nou pas bouger » de Salif Keita ; « Yéké Yéké » de Mory Kanté ; « Brigadier Sabari » d’Alpha Blondy ; « Set » et « Seven Seconds » de Youssou N’Dour ; « Aïcha » de Khaled.

41 Professeur de musique à l’Université du Québec à Montréal (UQAM)

explique l'atteinte du succès commercial et critique pour un disque de *World Music* par « la conjoncture de facteurs touchant aussi bien aux jugements d'appréciation esthétique des "spécialistes" (c'est-à-dire les critiques de disques, dont les verdicts peuvent faire autorité auprès des potentiels consommateurs) qu'à l'efficacité du réseau de distribution (physique et numérique) et de promotion de la musique en question<sup>42</sup> », en suggérant l'hypothèse qu'un disque largement publicisé et distribué aura plus de chances de rejoindre un auditoire plus élargi.

Cet âge d'or des « musiques du monde » est également une période très intense en termes de créativité et de productions musicales africaines, mettant au-devant de la scène internationale la riche diversité musicale du continent, de l'Afrique du Sud au Mali, en passant par le Zaïre (actuelle République démocratique du Congo/RDC), le Cameroun le Sénégal, etc. Aujourd'hui encore, la circulation de différents styles musicaux à travers l'Afrique de l'ouest, l'Amérique latine et les Caraïbes demeure aussi intense<sup>43</sup>. En ce qui concerne les retombées économiques liées à la circulation et la consommation des « musiques du monde », Laurent Aubert fait observer que le marché des « musiques du monde » a été tout même, et de loin, l'un des plus lucratifs (voire le seul lucratif) pour de nombreuses expressions culturelles des pays émergents.

La réflexion que cela inspire est particulièrement encourageante pour les artistes et professionnels de musique de ces pays : « D'une part, cette perspective stimule la création et permet à certains courants novateurs de se manifester et de se confronter aux enjeux de la modernité ; d'autre part, et paradoxalement, elle offre de nouveaux horizons à des pratiques musicales souvent en train de perdre leur ancrage et leur raison d'être dans leur propre société. Soulignons que, contrairement à ce qui a parfois été dit, le "passage par l'étranger" et la "mise en spectacle" peuvent avoir des effets positifs, non seulement sur le plan économique, mais aussi sur celui de l'auto-estime et du prestige social qui en découlent pour ceux qui se sont prêtés au jeu avec succès.<sup>44</sup> »

### 1.3 De la *World Music* à la *Global Music* : Problèmes de définition et controverses autour d'une appellation

Après avoir retracé leur genèse et leur trajectoire de circulation transnationale, il importe à ce stade d'insister sur l'ambiguïté sémantique et les nombreuses controverses que suscitent les appellations *World Music* ou « musiques du monde » ainsi que les vaines tentatives de leur conceptualisation théorique. Commençons d'abord par mentionner que l'ambiguïté sémantique dont souffrent ces concepts est révélatrice des rapports de pouvoir à la fois culturels, politiques et économiques ; ainsi que des relations à la fois fusionnelles et conflictuelles entre l'Occident et le reste du monde. Ces rapports s'inscrivent dans le long cycle historique des mouvements d'esclavage, de colonisation, de contrôle, de domination, de résistances, d'indépendance, de décolonisation et d'émancipation, marqués par les épisodes de luttes et de revendications (parfois violentes) dont les « musiques du monde » sont symboliquement imprégnées.

42 Ons Barnat, « Hybridité, authenticité et atteinte du succès international ; réflexion sur les processus de commercialisation de disques de world music », *Revue musicale OICRM*, 2 (2), 2015, p. 140, p. 133-153. <https://doi.org/10.7202/1060134ar>

43 Voir notamment : Richard Shain, « The Re(public) of Salsa: Afro-Cuban music in fin-de-siècle Dakar », *Africa : Journal of the International African Institute*, vol. 79, no. 2, 2009, p.186-206. Ou : Elizabeth Bockenfeld, « Adapting & Appropriating Art from Afar: Negotiating a Global Identity Through Popular Culture, A Study of Salsa in the Senegalese Context » (2013). Independent Study Project (ISP) Collection. 1512. [https://digitalcollections.sit.edu/isp\\_collection/1512](https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/1512)

44 Laurent Aubert, « Du "bon usage" des musiques du monde. Questions sur une éthique de la diversité culturelle. » *Les Cahiers de la Société québécoise de recherche en musique*, volume 11, numéro 1-2, mars 2010, p.27, p. 21-29. <https://doi.org/10.7202/1054020ar>

Comme nous le rappellent des chercheurs en communication sociale de l'Université méthodiste de São Paulo (Herom Vargas, Nilton Faria De Carvalho et Roberto Chiachiri) : « La discussion commence par l'utilisation du terme *World Music* en tant que genre musical, fondé sur les stratégies marketing de l'industrie de la musique pour nommer des productions non occidentales (en dehors du contexte anglo-américain), rendant impossible la singularité [...] Ce qui est en jeu dans cette catégorie, c'est la création d'une identité globale pour les singularités aux multiples possibilités sonores, mais qui perdent leurs spécificités lorsqu'elles se regroupent dans le champ homogène du « non-occidental<sup>45</sup> ».

En ce sens, le concept de *World Music* efface les singularités et les frontières culturelles des musiques diversifiées qui circulent à travers le monde, au profit de la constitution épistémique d'une catégorie musicale qui s'inscrit dans un ordre discursif, reflétant la manière homogénéisante que l'Occident a choisi de signifier (donner un sens) et de représenter les productions musicales provenant du reste du monde non-occidental, en les classant au rayon des curiosités sonores. L'ampleur du phénomène musical que recouvrent les « musiques du monde » explique le fait qu'il existe plusieurs terminologies englobantes pour désigner ce même phénomène : *World Music*, *Sono mondiale*, *Global Sound*, *World beat*, *World fusion*, *Global Music*, etc. Il faut bien un « branding », avec des noms accrocheurs pour faciliter la pénétration sur le marché de ces nouveaux produits musicaux. Toujours est-il que cette diversité d'appellations illustre également la fragilité de la classification des « musiques du monde » dans un unique genre musical, qui s'apparente plutôt résolument à une « catégorie attrape-tout<sup>46</sup> » dont les frontières rythmiques, acoustiques et esthétiques demeurent assez floues, contrairement à des genres comme le rock ou le jazz.

Étant entendu que toutes les musiques sont du monde (qu'elles proviennent de lieux éloignés ou proches à notre propre situation/localité géographique), l'appellation « musiques du monde » pourrait suggérer de manière abstraite (et quelque peu absurde) qu'il y aurait des musiques hors de notre cadre de référence spatiale, hétérogènes, et qui proviendraient d'univers aux réalités sociales, culturelles et ethniques autres que celles que nous connaissons. Le terme « univers » peut renvoyer ici au sens strict d'« univers musicaux », comme l'univers standardisé de la musique classique (contemporaine, populaire et savante) et des variétés qui caractérisent la musique pop ; ce qui induirait *de facto* une exclusion de toutes les autres musiques ne relevant pas de cet univers. L'expression « musiques du monde » évoque également des imaginaires musicaux à qui l'on n'assigne pas d'origine géographique spécifique ; c'est-à-dire des musiques « sans nationalité », « sans territoire », « sans (ou au-delà) des frontières ». Comme le résumait bien le sociologue et politologue Denis-Constant Martin<sup>47</sup> : « Le monde de ces « musiques du monde » est donc en même temps distinctif (l'Occident s'y voit assigné une place séparée) et cumulatif (doivent s'y retrouver et s'y fondre, par-delà les barrières, cet Occident et le reste du monde).<sup>48</sup> »

Avec la vague du renouveau démocratique dans certains pays, notamment en Afrique et en Amérique latine, l'adoption rapide par les *labels*, les artistes et les mélomanes de l'expression « musiques du monde » vers la fin des années 1980 est très symbolique de l'importance prise par ces musiques dans les échanges de flux culturels transnationaux (notamment des « flux

45 Herom Vargas, Faria De Carvalho Nilton, Roberto Chiachiri, « Singularités et différences dans la musique pop : une révision de l'expression "world music" », *Hermès, La Revue*, 2020/1 (n° 86), p. 118-125. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2020-1-page-118.htm>

46 Denis-Constant Martin, *ibid.*

47 Denis-Constant Martin est connu pour être l'instigateur au début des années 1990 d'un tournant épistémologique majeur dans l'ethnomusicologie française.

48 Denis-Constant Martin, *ibid.*



inversés», circulant du Sud vers le Nord). Ces flux alimentent des dynamiques de décolonisation structurantes de la nouvelle mondialité et favorisent l'ouverture d'esprit et le respect mutuel entre les nations sur la scène internationale<sup>49</sup>. Pourtant, on devrait s'interroger comme le fait à juste titre Yves Raibaud, spécialiste en géographie sociale et culturelle : « *Serait-ce la fin d'une histoire tragique qui se traduirait par une victoire musicale des pays décolonisés et des anciens peuples asservis ? Comment la géographie de la musique pourrait-elle rendre compte de ce phénomène, alors que les populations noires restent globalement marginalisées, que ce soit dans les pays du Sud ou dans les quartiers ethniques des grandes villes du Nord ? Une musique noire dominante, des populations noires dominées ?*<sup>50</sup> ».

À notre sens, cette entreprise d'étiquetage commercial des musiques d'ailleurs n'est qu'un stimulus pour le capitalisme de séduction. En effet, le nouveau capitalisme culturel contemporain mise tout sur la valorisation et l'exploitation de la différence, de la diversité, de la transparence, de l'éthique, et d'un ensemble de valeurs, en mettant en avant - grâce au marketing et aux moyens de communication et de publicité modernes - le rôle émancipateur de la culture globalisée et des symboles qu'elle incarne. Il ne faut pas perdre de vue que dans le contexte d'émergence de la *World Music*, le but ultime des majors et des acteurs transnationaux de l'industrie musicale consistait surtout à légitimer la marchandisation des produits musicaux exotiques en Occident, sachant que les consommateurs européens et nord-américains commençaient à se lasser d'une offre musicale faiblement renouvelée et peu diversifiée.

Les syntagmes « musiques du monde » et « *World Music* » résistent donc difficilement à la critique<sup>51</sup> conceptuelle, compte tenu de l'impossibilité de leur donner précisément une « bonne » définition. Aujourd'hui, ces concepts ne font même plus l'unanimité au sein même de l'industrie musicale et bon nombre d'acteurs s'interrogent sur leur pertinence ; et ce d'autant plus que les critères et les règles pour répertorier et classer la musique vendue dans les sections *world* ou « *musiques du monde* » des magasins de disques peuvent varier d'un pays à l'autre.

Les débats et questionnements sur ce que sont ou ne sont pas les « musiques du monde » se sont intensifiés au cours des dernières années jusqu'aux récentes remises en cause<sup>52</sup> des institutions musicales telles que la *Recording Academy* (organisatrice des Grammy Awards<sup>53</sup>) qui a décidé en novembre 2020 de renommer<sup>54</sup> le prix de la catégorie « *Best World Music Album* » en

33

---

49 Bertrand Badie, Marie-Claude Smouts, *Le retournement du monde, Sociologie de la scène internationale*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques/Dalloz, 1994.

50 Yves Raibaud, *ibid.*

51 « C'est un nom pour tout ce qui n'est pas chanté en anglais ou tout ce qui ne s'inscrit pas dans l'univers pop anglo-occidental [...]. C'est une façon pas très subtile de réaffirmer l'hégémonie de la culture pop occidentale. Elle ghettoïse la plupart des musiques du monde. Un coup hardi et audacieux, cher Homme Blanc ! » David Byrne, « Crossing Music's Borders In Search Of Identity: 'I Hate World Music' », *The New York Times*, 3 octobre 1999. <https://archive.nytimes.com/query.nytimes.com/gst/fullpage-9901EED8163EF930A35753C1A96F958260.html>

52 Voir les chroniques suivantes :

1) Laurent Borde, Le terme de « Musiques du monde » doit-il disparaître ?, 27 novembre 2020, <https://www.radiofrance.fr/francemusique/le-terme-de-musiques-du-monde-doit-il-disparaitre-6304832>;

2) Didier Zacharie, « Ne dites plus World Music », 1er juillet 2015, <https://www.lesoir.be/art/925195/article/culture/musiques/2015-07-01/ne-dites-plus-world-music> ;

3) Eddy Lawrence, « Ne parlons plus de World music », *Courrier international*, 6 janvier 2011, <https://www.courrierinternational.com/article/2009/10/08/ne-parlons-plus-de-world-music>

53 Les *Grammy Awards* ont intégré en 1992 le prix du meilleur album de musique du monde, une catégorie qui englobe des genres aussi divers que la « musique classique internationale non occidentale », « la *world beat*, *world jazz*, *world pop* et musique interculturelle ».

54 En dehors de « *Global Music* », il y avait déjà eu par le passé d'autres propositions pour tenter de renommer et de remplacer la « *World music* » ou les musiques du monde par : « *root music* », ou « musique internationale ».

« *Best Global Music Album*<sup>55</sup> ». Les raisons<sup>56</sup> derrière ce changement se justifient par la nécessité d'adopter « un terme plus pertinent, moderne et inclusif » et qui soit au diapason des tendances actuelles en matière d'écoute musicale, tout en prenant en compte les enjeux de diversité culturelle et les réalités socio-politiques de l'époque contemporaine. Il est à noter que depuis la création de cette catégorie musicale, plusieurs musiciens et professionnels de l'industrie musicale, originaires des pays du Sud, perçoivent une connotation colonialiste dans l'appellation « *musiques du monde* », qui ne rend pas assez justice à la reconnaissance et la célébration des nombreux styles, courants et sous-groupes musicaux en provenance de l'Afrique, des Caraïbes, de l'Amérique latine, de l'Asie, du monde arabe ou oriental. Aujourd'hui, le fait même que ces musiques soient aussi variées et en constante évolution rend la démarche taxinomique malaisée et ne facilite pas les différentes tentatives de redéfinition ou d'actualisation de classement catégoriel, surtout lorsque ces musiques se renouvellent et fusionnent à un rythme qui semble leur faire perdre l'authenticité par laquelle on les distingue comme « *musiques du monde* ».

Les « *musiques du monde* » continueront donc d'échapper aux cases musicales dans lesquelles on tente de les circonscrire ou de les rendre désuètes, surtout si certains acteurs de l'industrie (*labels*, journaux spécialisés, critiques de disques, festivals, ...) continuent de faire de ces musiques leur fonds de commerce.

---

55 En mar 2021, lors de la 63ème cérémonie des Grammy Awards, le chanteur nigérian Burna Boy a été le premier artiste à remporter le prix du Best Global Music Album (meilleur album de musique mondiale, avec son album « *Twice as Tall* »), après que cette catégorie ait été renommée.

56 Ana Monroy Yglesias, Why The Grammy Awards Best Global Music Album Category Name Change Matters, 10 novembre 2020, <https://www.grammy.com/news/why-grammy-awards-best-global-music-album-category-name-change-matters>

35

# Section 2

Les ontologies de la  
découverte musicale :  
le cas des « musiques  
du monde »

La volonté de définir et de délimiter clairement les formes, les sonorités et les propriétés des œuvres musicales afin de les caractériser et de les catégoriser en genres musicaux répond aux impératifs de l'économie de la circulation et de la consommation musicale à l'échelle globale. Cette démarche répond également au besoin de déterminer le statut ontologique de l'entité à laquelle appartient chaque création musicale, à travers des esthétiques qui soient reconnaissables pour le public amateur en quête de découverte musicale. La notion de découverte musicale est une notion pour le moins ambiguë au cœur du triptyque producteur-diffuseur-auditeur. Malgré la centralité de cette notion dans la dynamique économique du secteur musical (et culturel en général), la notion de découverte reste polysémique selon les perspectives des acteurs du triptyque producteur-diffuseur-auditeur. L'industrie musicale parle de découverte le plus souvent pour faire référence à des artistes émergents ou des « trésors cachés » de leurs répertoires (des redécouvertes). Les diffuseurs traditionnels (radio, tv, etc.) utilisent ce terme pour mettre en avant leurs « nouveautés ». Enfin, les plateformes de diffusion en continu associent cette notion de découverte au travail algorithmique de profilage de goûts de leurs usagers : une découverte sera alors la recommandation faite à un usager d'une œuvre qui n'est pas écoutée par celui-ci mais qui est écoutée par des usagers ayant un profil socio-culturel « semblable ».

Nonobstant ces aspects industriels qui structurent une partie de l'offre musicale, les découvertes musicales sont avant tout et surtout réalisés par les auditeurs. En effet, le statut de découverte musicale, concernant l'auditeur, est une démarche subjective et active. Il s'agit pour les auditeurs *in fine* d'attribuer à une œuvre ou un (des) artiste(s) le statut de « nouveauté pertinente » dans le cadre de leurs goûts et connaissances musicales. En d'autres termes, la découverte est avant tout une *démarche* et une *expérience* (intra) subjective : découverte il y a, lorsque les auditeurs font l'expérience « polythétique » d'un contenu, à savoir lorsqu'ils portent une attention particulière à tout ou partie des éléments propres au contenu et apprennent à le connaître « pas à pas ». Ainsi, la découverte n'est pas uniquement, du point de vue de l'auditeur, liée à la seule nouveauté du contenu, de sa diffusion ou de sa recommandation. La découverte doit être avant tout considérée comme une attention particulière portée sur l'œuvre (ou son contexte); ce qui permet aux auditeurs de découvrir plusieurs fois, car différemment selon l'expérience vécue ou recherchée, le même contenu.

Cela étant, comprendre ces ambiguïtés notionnelles de découverte musicale ne suffit pas à comprendre *comment* on découvre. En effet, si la découverte est un processus, celui-ci peut varier dépendamment des acteurs faisant ces découvertes : tandis que les professionnels cherchent à faire des découvertes pour entretenir l'économie musicale ou pour acquérir des parts de marchés/d'audience, on ne peut pas prêter les mêmes intentions aux auditeurs et encore moins le même *modus operandi* d'un individu à un autre. Il s'agira donc ici de dégager quelques ontologies sociales de la découverte musicale, à savoir des schématisations de formes spécifiques de découverte liées à des profils-type d'auditeurs. Ces éléments sont d'autant plus pertinents à analyser alors que nous nous intéressons aux dites « Musique du Monde ». En effet, cette catégorie musicale est très perméable à différentes interprétations. Les « musiques du monde », ne pouvant être ni définies esthétiquement, ni musicalement, ni socialement comme un ensemble « homogène », nous ferons donc ici l'hypothèse que les « musiques du monde » sont une catégorie expérientielle, à savoir que les individus, quels que soient leurs statuts, classeront intuitivement ou à dessein, certaines musiques comme appartenant à cette catégorie. Ainsi, plutôt que d'essayer de définir une catégorie musicale indéfinissable voire surannée, il s'agira de décrire les différentes ontologies, ou régimes d'expériences, associées à la découverte des « musiques du monde ». Pour cet exercice nous porterons notre analyse uniquement sur 4 profils : industriel/professionnel, grand amateur, public spécialisé/fan, auditeurs lambda.

Ce travail, exploratoire, repose avant tout sur une lecture poussée de la littérature scientifique à cet égard, mais ne pourrait se substituer à une enquête de terrain plus approfondie.

## 2.1. La production industrielle

Les professionnels de l'industrie du disque, (label, maison de disques, producteur, artistes, etc.) sont appelés à faire une expérience particulière des « musiques du monde », à savoir une expérience personnelle traversée par les enjeux socio-économiques de la musique. En ce sens, les professionnels doivent, via leurs expériences, établir la potentielle plus-value (économique, esthétique, positionnement industriel) associée à leurs découvertes de nouveaux artistes et leurs productions. Depuis la crise du disque et le resserrement des budgets, les professionnels ont été appelés à une connaissance bien plus aiguë des musiques qu'ils produisent et à une prise de risque minimale. Ce faisant, les professionnels doivent distinguer ce qu'ils apprécient de ce qu'ils pensent être apprécié de leurs publics. À cet égard, la catégorie « musiques du monde » ne leur permet pas de découvrir de la musique, dans la mesure où cette catégorie est une catégorie *profane*, et ils plutôt s'intéresseront donc plutôt à des sous-styles identifiés ou à des catégories de production (traditionnelle, urbaine, autoproduction, etc.). De ce fait, l'expérience musicale qui est recherchée par ces professionnels est une expérience qui vise à la production et la diffusion, de manière industrielle « occidentale », de la musique, mais aussi à son acceptation par les publics visés. Ainsi, une première catégorisation porte, chez les professionnels, sur une expérience de la *transformation*. Il faut qu'ils transforment des produits plus ou moins bruts, en un contenu « audible » et/ou consommable pour les publics visés. Ce faisant, la notion de musique du monde, en plus d'être une catégorisation industrielle, devient aussi l'expression d'une transformation industrielle et expérientielle : celle de conformer des productions non-occidentales, ou jugées comme telles, à des contenus pour un public occidental. Il s'agit donc dorénavant de s'intéresser aux publics cibles et auditeurs potentiels, que l'on peut répartir classiquement en 3 grandes catégories : les grands amateurs de musique, les publics spécialisés et le grand public.

## 2.2. Les grands amateurs

Moins que par leur connaissance pointue de certains styles, les grands amateurs peuvent se caractériser par la manière dont certains auditeurs vont déployer consciemment certaines stratégies pour effectuer et conduire certaines expériences spécifiques de la musique. Les nombreuses enquêtes sur les grands amateurs démontrent que ces derniers cherchent à faire une expérience de la nouveauté au contact de la musique (peu importe depuis quand existe ce contenu), ce qui pousse ces derniers à porter une attention tout à la fois *monothétique* (reconnaissance et classement d'un style, d'une forme musicale, d'un artiste à la première écoute) et *polythétique* (recherche de l'originalité, emprunts à d'autres artistes, styles, etc.). Ce faisant, la découverte, chez les grands amateurs, n'est pas nécessairement liée à l'exposition à un nouveau contenu, mais bel et bien à la recherche de nouveaux éléments face à un contenu musical, y compris des contenus déjà connus des auditeurs. Ainsi, dans une démarche analytique ou d'approfondissement, les grands amateurs peuvent tout autant chercher à savoir quels éléments esthétiques, rythmiques, de production, etc., pourront provoquer tel type d'émotion, tout autant que de repérer certains évolutions esthétiques, sociales, poétiques, etc. dans l'œuvre d'un artiste ou d'un sous-genre musical. En ce sens, il faut bien distinguer le grand amateur du fan, le premier ayant une approche critique immanente des contenus. Ces mêmes recherches démontrent par ailleurs que les grands amateurs, tendent à préserver leurs identités sociales et leurs « ontologies subjective » de grand amateur en affirmant leurs processus de recherche musicale. Leurs sources seront plus régulièrement des *personnes* qu'ils jugent comme légitimes,

dont des critiques d'art, des spécialistes dans certains styles, ou encore des connaissances amicales/familiales qu'ils jugent comme étant de bons connaisseurs d'un domaine. Plus que cela, les grands amateurs se caractérisent par leur volonté d'organiser et planifier leurs recherches par eux-mêmes. En ce sens, les grands amateurs développent une expérience sociale et intersubjective de la musique spécifique : la légitimité du contenu est avant tout liée à la légitimité de qui écoute, comment ces personnes écoutent et comment elles transmettent leurs expériences aux autres. À cet égard, l'expérience musicale recherchée ne correspond aucunement à la manière dont les contenus sont organisés et présentés dans le cadre des « musiques du monde ». En effet, les grands amateurs vont plutôt chercher à connaître le style exact d'appartenance des musiques qu'ils écoutent, à repérer des éléments permettant de classer la musique dans une catégorie plus fine. Ainsi si les grands amateurs peuvent être amenés à écouter des musiques relevant des « musiques du monde », cette dernière catégorie ne sera pas pour autant pertinente.

### 2.3. Les publics spécialisés

Par publics spécialisés, nous entendons des auditeurs n'étant pas de grands amateurs mais écoutant principalement certains styles musicaux qualifiés de « musiques du monde ». Dans ce cadre, ces auditeurs vont avoir une bonne connaissance de certains styles ou sous-styles musicaux, sans pour autant s'intéresser nécessairement aux autres styles musicaux relevant des « musiques du monde ». En effet, pour ces auditeurs, l'expérience recherchée n'est pas celle de l'*authenticité*, mais celle de l'appréciation des différentes expressions artistiques propres à un style ou à une zone culturelle.

Ce faisant, la catégorie « musiques du monde » est inopérante d'un point de vue expérientiel dans le sens où ces auditeurs font l'expérience, de leur point de vue, d'une catégorie musicale ayant son unité en propre ne devant pas relever a priori d'autres catégories, encore moins celle de « musiques du monde ». Le fait que celle-ci soit cataloguée dans les « musiques du monde » peut être une entrave à la découverte, dans la mesure où elle rajoute un filtre obstruant l'accès aux contenus de prédilection, voir noyer la catégorie musicale au milieu d'autres styles. On pourrait ainsi rapprocher ce profil d'auditeur de celui du « fan », à savoir un auditeur connaisseur de quelques artistes et expression interne à un style, mais qui n'accorde que peu de légitimité aux classifications industrielles dans lesquels sont incluses leurs catégories musicales de prédilection.

### 2.4. Les auditeurs lambda

En ce qui concerne les auditeurs lambda, l'aspect d'exotisme est de première importance dans l'expérience attendue d'une exploration sans a priori des « musiques du monde ». En ce sens, c'est une expérience des musiques dites traditionnelles ou des musiques urbaines n'étant pas produites initialement en Occident qui impliquent de faire une expérience de l'altérité, pour accéder à un inconnu culturel. À cela s'ajoutent bien évidemment la langue, les instruments ou les éléments esthétiques (rythmes, modes, harmonies, etc.) qui peuvent être ou paraître exotiques, y compris si la musique en question est entièrement produite selon les critères occidentaux. Paradoxalement, au niveau des auditeurs lambda, la catégorie « musiques du monde » acquiert de plus en plus une pertinence et devient une catégorie pouvant apparaître comme légitime, puisqu'elle fait découvrir au public des artistes dont ils ne partagent pas la même réalité culturelle, mais dont les musiques métissées comportent des éléments familiers à leurs oreilles de consommateurs internationaux. En effet, ces auditeurs ne vont pas nécessairement essayer d'être de fins connaisseurs ou spécialistes des musiques qu'ils écoutent et vont plutôt essayer d'en faire une expérience musicale, soit de la découverte, soit de l'altérité,

soit des deux. La catégorie « musiques du monde » renvoie ainsi à un imaginaire de l'altérité qui permet, pour ces auditeurs, de découvrir d'autres musiques et cultures en dehors des musiques qu'ils pourraient classer comme « occidentales ». Ainsi, même dans le cadre de musique produite industriellement sur des bases musicales occidentales mais comportant des éléments esthétiques « exotiques », l'expérience reste potentiellement la même : découvrir une musique ayant des origines factuelles ou prétendues non-occidentales.

# Section 3

40

Les « musiques du monde »  
au prisme de la curation et  
de la recommandation  
musicale à l'heure des  
plateformes de streaming



La diffusion et la consommation de la musique constituent aujourd'hui un phénomène culturel majeur de nos sociétés contemporaines. Selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), 18 heures et 24 minutes de musique (soit l'équivalent de 368 morceaux de trois minutes) sont écoutées en moyenne chaque semaine à l'échelle mondiale. Ce phénomène d'explosion de l'écoute musicale s'explique principalement par la prolifération et le succès des plateformes et services de *streaming*. En 2020, le *streaming* audio par abonnement<sup>57</sup> représente 23 % du temps d'écoute par mode de consommation, devant le *streaming* vidéo (22 %), la radio (16 %), ou encore les achats de musique (9 %)<sup>58</sup>. Le *streaming* constitue ainsi le mode d'exploitation dominant du marché, représentant 62,1 % des revenus mondiaux de la musique enregistrée, et plus de 50 % des revenus dans 49 marchés dans le monde<sup>59</sup>.

Les activités liées à la diffusion et la distribution de musique via les plateformes numériques requièrent un important travail de curation et de recommandation de contenus musicaux afin de permettre aux auditeurs de découvrir et d'écouter de la musique à leurs goûts, en se frayant un chemin (sonore) dans des catalogues qui rivalisent désormais de dizaines de millions de titres. L'offre des plateformes mondiales de *streaming* musical est ainsi conçue et exposée de telle sorte à créer des goûts nouveaux et à répondre à la demande globale d'une musique « mainstream » relayée par les radios, qui est supposée plaire à tout le monde et qui soit facile d'accès. C'est cette nouvelle dynamique de la société de consommation musicale — depuis l'avènement du MP3 et des pratiques de partage et de téléchargement de fichiers musicaux à partir des années 2000 jusqu'à l'ère actuelle du *streaming* — qui sous-tend ce que Véral Maurice a qualifié de « populisme musical » et dont il décrit la subtile finalité comme suit : « Il s'agit d'offrir au public ce qu'il connaît, suffisamment nouveau pour qu'il renouvelle l'acte d'achat et suffisamment connu pour qu'il ne le refuse pas.<sup>60</sup> ». Mais alors, de quelle autonomie jouit véritablement l'auditeur<sup>61</sup> ? La question a le mérite d'être posée au vu de la dictature imposée par les algorithmes. En misant ainsi tout sur les goûts et les choix des consommateurs (que ces choix soient libres ou influencés par les recommandations éditoriales ou algorithmiques), on peut aussi se demander à quel point la curation et la recommandation des contenus a des impacts sur la découvrabilité et la diversité consommée au niveau de l'offre des « musiques du monde » accessible en ligne, en particulier par rapport à des auditeurs lambda.

### 3.1. Concurrence et bataille de visibilité sur les listes de lecture musicales des plateformes internationales : Les défis d'exposition et de notoriété pour les artistes locaux et les musiciens et musiciennes issus de la diversité

Les plateformes de *streaming* ont non seulement bouleversé<sup>62</sup> les modes d'écoute et de consommation de musique, mais grâce aux listes de lecture, elles ont aussi permis aux créateurs/

57 À la fin de l'année 2020, on dénombrait 443 millions d'utilisateurs de comptes d'abonnement payants.

58 Tifenn Clikemaillié, « L'écoute de la musique continue de progresser dans le monde », *Les Échos*, 21 octobre 2021, <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/lecouste-de-la-musique-continue-de-progresser-dans-le-monde-1357181>

59 Voir le *Global Music Report 2021* : [https://gmr2021.ifpi.org/assets/GMR2021\\_State%20of%20the%20Industry.pdf](https://gmr2021.ifpi.org/assets/GMR2021_State%20of%20the%20Industry.pdf)

60 Maurice Véral, « Le populisme musical », *Humanisme*, 2017/4 (n° 317), p. 48-53. <https://www.cairn.info/revue-humanisme-2017-4-page-48.htm>

61 Voir à ce sujet : Jean-Samuel Beuscart, Samuel Coavoux, Sisley Maillard, « Les algorithmes de recommandation musicale et l'autonomie de l'auditeur. Analyse des écoutes d'un panel d'utilisateurs de streaming », *Réseaux*, 2019/1 (n° 213), p. 17-47. <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2019-1-page-17.htm>

62 À propos des profondes mutations qui ont marqué la filière musicale au cours des dernières années, avec l'avènement des offres d'écoute de musique en streaming, voir : Christophe Magis et Lucien Perticoz, « La musique comme analyseur : mutations de la filière musicale et mutation de la recherche sur la musique », *tic&société* [En ligne], vol. 14, n° 1-2 | 1er semestre 2020 - 2ème semestre 2020, <http://journals.openedition.org/ticetsociete/4666>

éditeurs musicaux et aux mélomanes d'agrèger, de compiler, de séquencer, de classer/répertorier ou encore de sélectionner des morceaux de musique présentés sous forme de listes thématiques que l'on peut écouter de manière continue ou aléatoire<sup>63</sup>.

Cette pratique permet à l'auditeur (à tout moment, depuis n'importe quel endroit du monde, et même selon son humeur, ses émotions ou ses activités du moment) de facilement découvrir et accéder à des titres et nouveautés qu'il apprécie ou de redécouvrir des anciens coups de cœur qu'il avait oubliés. Les listes de lecture de Spotify, Deezer, Apple Music ou YouTube représentent donc l'ultime étape de marchandisation des pratiques d'écoute musicale en régime numérique, en proposant la bonne musique au bon moment. L'enjeu pour les plateformes réside en effet dans la préconfiguration du parcours qui amène l'utilisateur à choisir d'écouter tel ou tel morceau, dans tel ou tel lieu, à tel ou tel moment.

Les chiffres qui suivent illustrent bien la popularité des listes de lecture : On dénombre plus de 100 millions de compilations sur Deezer et près de 2 milliards sur Spotify (incluant les listes de lecture éditorialisées et celles créées par les utilisateurs). On estime également que près de 62 % des utilisateurs des plateformes de *streaming* utilisent des listes de lecture qui représentent plus de la moitié des écoutes sur les plateformes<sup>64</sup>. La sélection *Today's Top Hits* de Spotify, considérée comme la plus grande liste de lecture au monde, comptabilise plus de 28 millions d'abonnés<sup>65</sup>.

On distingue généralement : les listes de lecture éditoriales (élaborées par des employés des plateformes jouant le rôle d'éditeurs ou de curateurs de contenus, par certains *labels*, par les critiques de disques ou autres experts musicaux); les listes de lecture *automatisées* (constituées par les algorithmes de recommandation personnalisée); les listes de lecture *amateurs* (compilées par les utilisateurs, les *fans* et amateurs de musique).

Ces différentes listes de lecture (en particulier les deux premiers types) jouent un rôle très important<sup>66</sup> dans le processus de découverte musicale grâce aux algorithmes ou au savoir-faire des curateurs<sup>67</sup> de contenus, puisqu'ils peuvent permettre à des musiciens inconnus de

63 Jeremy Wade Morris & Devon Powers (2015) Control, curation and musical experience in streaming music services, *Creative Industries Journal*, 8:2, 106-122, <https://doi.org/10.1080/17510694.2015.1090222>

64 Jean-Philippe Louis, « Listes de lecture : ces nouvelles radios musicales qui font de l'audience », *Les Échos*, 5 octobre 2017. <https://www.lesechos.fr/2017/10/listes-de-lecture-ces-nouvelles-radios-musicales-qui-font-de-laudience-185262>

65 45 secondes - L'actualité numérique, <https://shortest.link/2XU2> (Voir aussi le top 20 des listes de lecture avec le plus grand nombre d'abonnés sur Spotify, selon le Centre national de la Musique en France : <https://cnm.fr/monde-le-top-20-des-listes-de-lecture-avec-le-plus-grand-nombre-dabonnes-sur-spotify/>)

66 Selon Louis-Armand Bombardier, le président-fondateur du label montréalais L-Abe (représentant des artistes comme Marc Dupré, Betty Bonifassi et The Lost Fingers) : « Si tu n'es pas sur une playlist, t'es mort [...] Une playlist te donne beaucoup plus de rendement. Or, elle dépend d'un curateur, qui ne peut pas tout mettre et qui doit faire des choix. ». Émilie Côté, « Spotify, allié de la musique d'ici ? », *La Presse*, 17 mars 2018, [https://plus.lapresse.ca/screens/76bca0f9-3543-4015-8ebe-43615f0fdb27\\_7C\\_0.html](https://plus.lapresse.ca/screens/76bca0f9-3543-4015-8ebe-43615f0fdb27_7C_0.html)

67 Le Québécois Guillaume Moffet (l'actuel Directeur de la maison Barclay Canada chez Universal Music Canada qui a occupé le poste d'éditeur/curateur sénior de contenus chez Spotify, entre juin 2017 et juin 2019) explique dans différentes interviews qu'il avait été engagé par Spotify pour ses connaissances en musique. Son travail de curation ne l'obligeait pas à suivre de ligne éditoriale mais plutôt à prioriser instinctivement et à anticiper sur la base des chiffres et tendances d'écoute (la data) ce que les utilisateurs vont apprécier. Les listes sont ainsi façonnées en s'ajustant aux réactions des auditeurs, très souvent dans des intervalles courts de 24 heures. Il témoigne ainsi : « [...] c'était une job chouette; je faisais des listes de lecture francos, country, dance, folk et indie, un peu comme chez Stingray. On dira ce qu'on voudra par rapport aux redevances, c'est un problème entre Spotify et la commission sur le droit d'auteur et l'industrie en général. La musique francophone chez les utilisateurs de Spotify n'est pas une priorité, il y a un fossé entre ce que les utilisateurs des

devenir célèbres rien qu'en les faisant figurer sur des listes de lecture comptant des centaines de milliers d'abonnés à travers le monde. Cependant, les nouveaux modes de prescription et de consommation musicales via des listes de lecture permettent-ils véritablement de promouvoir des genres moins écoutés (comme les « musiques du monde ») ou de découvrir des artistes moins connus ? Sur quelles bases se fait le choix de rentrer dans le catalogue ou dans la liste de lecture tel titre et pas tel autre ? Les critères de sélection ou d'entrée sur les listes de lecture éditoriales, par exemple, sont-ils uniquement guidés par la reconnaissance des qualités artistiques ou esthétiques de l'œuvre ou sont-ils plutôt déterminés par des considérations commerciales qui auront tendance à privilégier par exemple la notoriété de l'œuvre, la popularité de l'artiste, ou les historiques d'écoute des auditeurs ?

Il faut se rendre à l'évidence que les plateformes de *streaming* disposent d'une impressionnante capacité d'analyse et d'anticipation des tendances, puisqu'elles s'appuient sur les données<sup>68</sup> et statistiques d'écoute générées en temps réel par les listes de lecture afin d'apporter régulièrement des ajustements (mises à jour) à la constitution de ces listes ou à la rotation des titres, en tenant compte de ceux les plus performants ou les plus écoutés par les auditeurs. Il arrive donc très fréquemment que les plateformes, animées par un souci de fidélisation de leurs utilisateurs, excluent ou retirent de leurs sélections les artistes ou les titres qui ne sont pas souvent écoutés ou qui ne le sont que partiellement (c'est-à-dire qui sont souvent interrompus ou zappés avant la fin du morceau) ; et qui par conséquent sont donc peu rentables pour la plateforme. Les grands *labels* et les artistes internationaux ont très vite compris le potentiel d'utilisation des listes de lecture comme stratégie d'optimisation des chances de réussite sur les plateformes de *streaming* mondiales. Depuis que le rappeur canadien Drake a battu des records de vente avec son album « *More Life* », sorti comme une liste de lecture à mi-chemin entre l'album et la mixtape, d'autres artistes lui ont emboîté le pas en modifiant leurs processus créatifs, au point où c'est devenu une véritable tendance de ne plus sortir un album intégral comme on le faisait autrefois, mais de sortir au fur et à mesure plusieurs titres (pouvant s'intégrer facilement dans les top listes de lecture) et d'en amplifier la visibilité en créant du buzz autour du lancement de chaque titre, à travers des événements relayés via les réseaux sociaux<sup>69</sup> et les communautés de *fans*. Martin Stokes ne croyait pas si bien dire lorsqu'il concluait son article intitulé « *Créativité, globalisation et musique*<sup>70</sup> », en rappelant qu'on ne peut explorer la créativité aujourd'hui en se passant des technologies numériques ainsi que des connexions globales qu'elles permettent d'établir avec un auditoire mondial. Les musiciens de l'univers des « musiques du monde » devraient aussi pouvoir tirer des bénéfices en termes de visibilité en adoptant des stratégies de création et de diffusion (par exemple la publication de plusieurs versions du même titre) qui leur permettraient d'avoir plus de chances de figurer dans les occurrences de recommandation des algorithmes ou des listes de lecture automatisées. Encore faudrait-il préalablement connaître, en toute transparence, les critères de sélection et de classement des dispositifs qui font office d'autorité dans la reconnaissance, la légitimation et la reconnaissance du potentiel succès commercial des œuvres musicales, en l'occurrence les algorithmes et les éditeurs en charge de la curation de contenus pour les plateformes.

43

---

plateformes francophones veulent entendre et ce que l'industrie propose... ». Pour en lire davantage voir : Claude Côté, « Guillaume Moffet : l'homme de Barclay », 1er novembre 2019, <https://lecanalauditif.ca/chroniques/guillaume-moffet-lhomme-de-barclay/>

68 Linkaband, « Le secteur musical rythmé par l'analyse des données », 2 novembre 2020, <https://linkaband.com/musique-analyse-de-donnees>

69 Nicolas Roline, « Le rappeur canadien Drake bat tous les records grâce à sa stratégie "streaming" », *Les Échos*, 3 avril 2017, <https://www.lesechos.fr/2017/04/le-rappeur-canadien-drake-bat-tous-les-records-grace-a-sa-strategie-streaming-154488>

70 Martin Stokes, « Créativité, globalisation et musique », *Volume !* [En ligne], 10 : 2 | 2014, <http://journals.openedition.org/volume/4069>

S'interrogeant sur la compatibilité entre la musique québécoise et le *streaming*, Romuald Jamet et Jonathan Roberge tirent sur la sonnette d'alarme en montrant que « les algorithmes ne rempliraient pas pleinement leurs promesses et leurs fonctions d'intermédiation et de recommandations personnalisées », ce qui met en exergue les incapacités techniques/technologiques des plateformes de *streaming* à proposer des contenus pertinents et adaptés aux goûts des auditeurs québécois<sup>71</sup>. Les entretiens réalisés par ces deux chercheurs auprès d'auditeurs québécois révèlent notamment parmi les causes d'une telle incompatibilité, entre autres : le manque de profondeur du répertoire québécois, la faible qualité d'indexation et de positionnement de la musique québécoise dans les catalogues des plateformes, les recommandations un peu « grossières », les formes et modes d'écoute permis par les plateformes avec une structuration et une exposition de l'offre qui ont tendance à marginaliser (pour des considérations économiques) les artistes québécois peu connus ou produits par des *labels* et maisons de disques indépendantes<sup>72</sup> dont le travail n'ait pas trop reconnu (y compris internationalement).

En outre, malgré la présence des œuvres québécoises en ligne, il faut souligner le fait que la musique québécoise ne représente seulement que 8 % des écoutes sur les plateformes de *streaming* (et le ratio est réduit à 6 % lorsqu'il s'agit spécifiquement de musique québécoise francophone)<sup>73</sup>. Par ailleurs, le premier palmarès établi par l'Observatoire de la culture et des communications de l'Institut de statistiques du Québec, à partir des habitudes d'écoute des Québécois sur les plateformes en ligne (comme Spotify et Apple Music) entre le 15 octobre et le 31 décembre 2021, en a surpris plus d'un. En effet, sur le classement des 20 titres les plus écoutés en ligne, on ne retrouve que 3 des 10 chansons en nomination pour les trophées Félix<sup>74</sup> et 7 chansons de ce classement sont sorties bien avant la pandémie.

Il y aurait donc un réel problème, certes accentué par la pandémie et l'absence de tournées et de festivals, qui fait que les artistes québécois ne sont pas si consommés qu'on pourrait l'imaginer via les plateformes de *streaming*. Même certains artistes qui jouissent d'une certaine notoriété et qui ont bénéficié d'une large couverture médiatique en 2021, tels que Hubert Lenoir ou Louis-Jean Cormier, ont vraisemblablement aussi des difficultés à faire découvrir et consommer leurs nouveaux albums en ligne puisqu'ils ne figurent pas dans le classement des artistes québécois les plus populaires sur les plateformes d'écoute au cours des derniers mois de 2021<sup>75</sup>. L'une des principales hypothèses avancées par l'Association québécoise de l'industrie du Disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) pour expliquer cette situation est que les algorithmes des plateformes numériques ne mettent pas assez en valeur et ne recommandent pas assez la musique québécoise, surtout les nouveautés et dernières sorties.

---

71 Romuald Jamet et Jonathan Roberge, « La musique québécoise est-elle compatible avec le *streaming*? Usages et représentations de la musique francophone québécoise sur les plateformes de *streaming* au Québec », *tic&société* [En ligne], vol. 14, n° 1-2 | 1er semestre 2020 - 2ème semestre 2020, <http://journals.openedition.org/ticetsociete/5048>

72 Au sujet de la précarité des musiciens canadiens indépendants à l'ère du streaming, voir cette étude : Andrew deWaard, Brian Fauteux & Brianna Selman, « Independent Canadian Music in the Streaming Age: The Sound from above (Critical Political Economy) and below (Ethnography of Musicians) », *Popular Music and Society*, 2022, DOI: <https://doi.org/10.1080/03007766.2021.2010028>

73 Étienne Paré, « La musique québécoise délaissée par les jeunes », *Le Devoir*, 1er février 2022, <https://www.ledevoir.com/culture/musique/667848/ecrans-la-musique-quebecoise-delaissée-par-les-jeunes>

74 Prix attribués dans le cadre de la cérémonie du Gala de l'Association québécoise de l'industrie du Disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), soulignant depuis 1979 l'excellence des artistes québécois œuvrant dans l'industrie de la musique.

75 Étienne Paré, « Dur temps pour la musique québécoise », *Le Devoir*, 10 février 2022, <https://www.ledevoir.com/culture/musique/672159/rapport-dur-temps-pour-la-musique-quebecoise>

Pour conquérir les jeunes auditeurs, les plateformes de *streaming* musical semblent favoriser la découverte de certains genres et courants musicaux dominants comme le rap et les musiques urbaines, pop et électro. Les listes de lecture obéissent donc à des logiques de fragmentation, de déconstruction et de réorganisation (la plupart du temps « automatisée ») de l'offre musicale mondiale, en s'appuyant sur les ontologies musicales et en exploitant les technologies du Web des données ou du Web sémantique<sup>76</sup>. Ces logiques concourent à instaurer « un goût commun mondialisé extrêmement diversifié en surface et normalisé en profondeur<sup>77</sup> » au niveau des pratiques d'écoute musicale en ligne.

Tous ces constats expliquent sans doute pourquoi bien qu'ils soient présents sur les plateformes de *streaming*, les musiciens québécois et canadiens issus de la diversité et pratiquant les « musiques du monde » ont encore plus de mal que les autres à gagner un peu de visibilité. Leurs œuvres faiblement découvrables ont ainsi une accessibilité et une consommation très limitée sur ces plateformes.

### 3.2. La découvrabilité des « musiques du monde » sur les plateformes numériques : Pourquoi faut-il s'en préoccuper ?

La découverte de nouveautés musicales repose sur un processus (de filtrage, d'organisation et de structuration de l'offre) qui a lieu en amont aux choix que l'utilisateur est appelé à faire sur la plateforme de *streaming* pour que le contenu vienne à lui. La découvrabilité d'une musique en ligne se réfère à ce processus de rencontre entre un contenu et le public, qui englobe : 1) la caractéristique intrinsèque d'un titre ou d'un album à être facilement repérable ou trouvable par tout utilisateur qui le recherche en effectuant des requêtes (par mots-clés par exemple); 2) la dimension fortuite de la « vraie » découverte d'un contenu musical dont on ne connaissait pas l'existence; 3) la recommandation d'un contenu culturel sans aucune requête préalable de l'utilisateur (mais en lien par exemple avec ses écoutes antérieures)<sup>78</sup>.

45

Bien que dans le secteur de la musique, les contenus soient en général déjà largement présents dans l'environnement numérique, tous les contenus ne sont pas équitablement mis en valeur auprès des auditeurs. L'étude<sup>79</sup> sur l'état des lieux de la découvrabilité et de l'accès aux contenus francophones sur Internet que nous avons réalisé en 2020 a par exemple montré que dans le cas de la plateforme Deezer<sup>80</sup>, les recommandations par style/genre et préférence n'accordent pas une grande place à la découverte des « musiques du monde » et en particulier des artistes issus des pays francophones africains qui pratiquent ce type de musiques.

En effet, cette étude s'est appuyée méthodologiquement sur la simulation d'interactions entre la plateforme Deezer et les profils types d'utilisateurs (*Persona*) auxquels nous avons assigné une série d'attributs (artistes préférés, styles et genres de musique préférés, préférence de langue), reflétant des goûts et des préférences en musique d'un public cible francophone africain, amateur de « musiques du monde ».

76 Zénouda, « Hybridations musicales à l'ère de la mondialisation numérique », *Hermès, La Revue*, 2020/1 (n° 86), p. 267-274. <https://www-cairn-info.proxy.bibliotheques.uqam.ca/revue-hermes-la-revue-2020-1-page-267.htm>

77 *Ibid.*

78 OIF, « Pour une initiative francophone en faveur de la découvrabilité en ligne des contenus francophones », Infographie, 2021, [https://www.francophonie.org/sites/default/files/2021-09/oif\\_infographie\\_de%CC%81couvrabilite%CC%81.pdf](https://www.francophonie.org/sites/default/files/2021-09/oif_infographie_de%CC%81couvrabilite%CC%81.pdf)

79 Destiny Tchéhouali et Christian Agbobli, « État des lieux de la découvrabilité et de l'accès aux contenus culturels francophones sur Internet », Paris, Organisation internationale de la Francophonie, 2020, 115 p. <https://www.decouvrabilite-francophonie.net/wp-content/uploads/2020/12/Etat-des-lieux.pdf>

80 Deezer est le leader sur le marché du streaming musical africain, car la plateforme est disponible et adoptée dans un plus grand nombre de pays africains que Spotify.

Sur un échantillon de 1 333 artistes recommandés à nos utilisateurs fictifs par la plateforme entre octobre et décembre 2019, seuls 135 artistes (soit à peine 10 %) sont originaires de pays francophones ou reliés à des titres de chansons et d'albums en français de « musiques du monde »<sup>81</sup>. On recense au total 33 394 recommandations de musique francophone (chansons et albums) sur plus de 260 000 recommandations analysées, soit un ratio d'environ 13 %. On note également que les 3 artistes francophones africains dont les titres sont les plus recommandés et qui se retrouvent sur le plus grand nombre de listes de lecture sont des anciens lauréats du Prix Découvertes RFI, dont les œuvres jouissent d'une forte notoriété. Il s'agit notamment de l'artiste ivoirien Tiken Jah Fakoly (présents sur 33 listes de lecture), le Congolais Zao (30 listes de lecture) et la Malienne Rokia Traoré (20 listes de lecture). Par ailleurs, l'analyse des sources d'exposition et de visibilité sur Deezer montre une forte mise en valeur des artistes de la scène musicale française (en particulier ceux issus de la diaspora africaine) qui ont des collaborations avec d'autres artistes du continent africain et qui ont réussi à créer des communautés de *fans* autour de leurs tubes à succès.

Nos analyses plus granulaires des résultats de recommandations nous amènent à la conclusion que les listes de recommandations personnalisées de Deezer qui ont la prétention de favoriser de nouvelles découvertes d'artistes et de chansons africaines ou de « musiques du monde » sont encore déterminées, ou à tout le moins fortement influencées, par des logiques de *star-system*, puisque ces recommandations semblent accorder une grande place à la popularité des chansons et à la notoriété des artistes, au détriment d'une supposée mise en avant de la diversité des expressions musicales. Il y a notamment des biais de recommandation flagrants lorsqu'un profil type d'utilisateur, amateur du genre musical « Makossa » (camerounais) se voit recommander plus de 1000 fois des artistes américains comme Norah Jones (qui pratiquent comme genre musical la Pop et le Jazz) ou Major Lazer (Electro, Dancehall, Reggae, Hip-Hop); et environ 700 fois les chanteurs de jazz canadiens Diana Krall et Michael Bublé. Le même constat se vérifie pour un amateur de « Zouglou »<sup>82</sup> qui voit parmi ses plus fortes recommandations des artistes comme Stromae (recommandé 1 523 fois), Calvin Harris (1 311 fois), David Guetta ou Avicii (recommandé plus de 1 200 fois).

Dans un univers où l'attention des utilisateurs des plateformes de *streaming* musical est très sollicitée, celles-ci ont trouvé le moyen d'optimiser le temps que nous passons à rechercher des contenus, non pas en diversifiant leur recommandation à travers plus de choix, mais plutôt en la standardisant et en concentrant l'attention des auditeurs sur un nombre limité de produits-vedettes qui bénéficient d'une plus grande visibilité et accessibilité. Par ailleurs, en priorisant la mise en valeur de certains contenus du catalogue sur les pages d'accueil et sur des listes de lecture populaires, il est évident que d'autres contenus sont par la même occasion discriminés et relégués au fond du catalogue, avec beaucoup moins de chances d'apparaître sur des points d'entrée stratégiques du catalogue ou dans les occurrences de recommandation musicales. En définitive, la popularité qu'acquière certains contenus et le succès qui accroît leur potentiel de découvrabilité seraient donc fondamentalement déterminée par le choix d'un

81 Sur l'ensemble des 135 artistes francophones recommandés, très peu proviennent de l'Afrique francophone. On retrouve notamment des icônes de la musique africaine comme Angélique Kidjo (Bénin), couronnée de cinq Grammy Awards dans la catégorie de meilleur album de musique du monde (en 2007, 2008, 2015, 2016 et 2020); ou Koffi Olomidé (République démocratique du Congo), connu comme le « roi du Ndombolo » et de la Rumba congolaise, vainqueur de sept *Kora Awards*. Cependant, à eux deux, ces artistes reconnus ont fait l'objet de moins de 50 recommandations lors de notre expérimentation. Or, compte tenu des préférences et des goûts musicaux des profils fictifs d'utilisateurs africains francophones que nous avons créés, on s'attendait à voir dans les résultats des recommandations une plus grande occurrence des artistes associés aux styles et genres musicaux africains, d'inspiration ou d'influence africaine.

82 Musique populaire et urbaine née au début des années 1990 en Côte d'Ivoire.

grand nombre d'utilisateurs de les consommer; ce choix étant lui-même influencé par l'exposition et la visibilité dont jouit le contenu plutôt que par ses qualités intrinsèques (esthétiques et artistiques). Il importe donc de repenser complètement les espaces de diffusion qui, par leur structure et leur fonction, imposent autoritairement leurs conditions de réception aux productions musicales qu'elles accueillent.

De manière générale, l'observation sommaire des listes de lecture éditoriales des plateformes telles que Spotify, Apple Music et Deezer révèle que les « musiques du monde » et les artistes québécois/canadiens de la diversité jouant ces musiques n'y sont pas assez représentés. La réparabilité de ces musiques serait améliorée et optimisée si elles accédaient au Graal des listes de lecture et l'on sait que les étiquettes de style musical sur les plateformes de diffusion en continu peuvent totalement modifier les résultats de recherche d'une œuvre ou d'un artiste ou sa trouvabilité (*findability*) dans le catalogue.

Or, les stratégies d'exposition et de visibilité visant à optimiser l'accessibilité et la découverte d'une œuvre ou d'un artiste repose encore le plus souvent sur des choix arbitraires des responsables éditoriaux, des algorithmes ou même des majors tels que Universal Music Group, Sony Music, Warner Music. Comme le rapporte la dernière étude de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) en France, les grandes maisons de disque, en dépit de la numérisation de l'industrie musicale, gardent encore une certaine influence sur les activités et mécanismes de distribution<sup>83</sup> numérique des services de *streaming* audio. En effet ces acteurs traditionnels ont souvent la responsabilité de l'acheminement du contenu musical et des métadonnées associées (nom du morceau, genre, année de composition, éditeur, etc.), qui doivent être conformes aux formats standardisés des plateformes. L'étude de l'ARCOM précise que : « Ces entreprises s'assurent de la visibilité d'un artiste et de ses titres sur l'ensemble des magasins, physiques et en ligne. Par ailleurs, elles jouent un rôle d'intermédiaire économique entre les services de streaming et les artistes et producteurs. Enfin, on ne peut exclure la possibilité, sans toutefois pouvoir l'affirmer, qu'elles contribuent à la promotion des titres en nouant des accords commerciaux permettant de favoriser une bonne exposition sur les services de streaming audio par la présence dans des listes de lecture populaires<sup>84</sup> ».

47

En outre, alors que la consommation d'une diversité de contenus en ligne est parfois assimilée à la personnalisation de l'offre culturelle, les algorithmes entretiennent plutôt une illusion de diversité de choix aux utilisateurs en les enfermant dans une bulle de filtre<sup>85</sup> définie par leurs choix précédents. Ainsi, même si de nombreux consommateurs sont très ouverts à explorer et découvrir l'univers des « musiques du monde », les plateformes n'ont en théorie aucune motivation stratégique et commerciale à élargir les options de contenu en dehors des goûts et préférences déclarés au moment de l'inscription de l'utilisateur ou si ces habitudes et usages sur la plateforme ne reflète pas cette curiosité et cette ouverture pour les « musiques du monde ». L'utilisateur, dans un tel scénario, ne se verrait proposer/recommander que des contenus similaires et pas si diversifiés, sans que son horizon musical ne soit élargi à la découverte de nouveautés liées à d'autres styles, genres ou cultures que ceux auxquels il est familier.

83 Soundcharts Teams, « The Mechanics of Music Distribution: How it Works, Types of Music Distribution Companies + 29 Top Distributors », 23 septembre 2019, <https://soundcharts.com/blog/music-distribution#what-is-music-distribution>

84 ARCOM, « Écoute de la musique en streaming audio. Analyse et comparaison avec la radio », janvier 2022, p.20. <https://shortest.link/2Y2g>

85 Au sujet du rôle des algorithmes dans la formation de bulles de filtre, voir cette étude très édifiante et nuancée menée dans le cadre du projet RECORDS. Il s'agit d'un projet de recherche collaborative conduite par des chercheurs. e. s et des ingénieurs. e. s qui travaillent au sein de trois laboratoires du CNRS et des départements R&D de Deezer et d'Orange: <https://records.huma-num.fr/>





# Section 4

Paroles et témoignages  
d'artistes et de  
professionnels de la  
musique : la compréhension  
des enjeux et obstacles à la  
découvrabilité en ligne selon  
le point de vue et le vécu des  
musiciens et musiciennes  
de la diversité culturelle au  
Canada

Cette section présente des extraits d'entretiens semi-directifs réalisés auprès d'une quinzaine d'acteurs (artistes-musiciens, producteur, directeur artistique, programmateur/programmatrice de festivals, gérant d'artiste, représentant de maisons de disques/labels, journalistes culturels) intervenant dans les milieux montréalais et international des « musiques du monde ». Les analyses de ces entretiens rendent compte des parcours et des différences de perceptions/définitions des « musiques du monde » en tant que catégorie musicale ainsi que des enjeux et défis en matière de découvrabilité que doivent surmonter les acteurs interviewés par rapport à leurs pratiques musicales à l'ère numérique.

#### 4.1.

**Poirier, le maître des platines dont la musique « sans frontières » crée des ponts entre les langues, les cultures et les communautés du monde entier**



Crédit photo : Charles-Olivier Bourque

50

*Un style musical universel répondant à des goûts éclectiques et dans lequel tout le monde se retrouve*

Les productions musicales bien qu'elles soient très locales nous invitent parfois à faire le tour du monde, à travers une addition de voix, un mélange de rythmes et une variété acoustique. C'est aux gens, selon leurs perceptions et comment ils reçoivent la musique, de faire des associations à des genres et à des lieux spécifiques. Mon style musical est assez universel. Quand on joue une chanson et que différentes populations à travers le monde y adhèrent, c'est très positif. On peut qualifier ma musique de « pop sans frontières » ou de musique électronique du monde, une musique dans laquelle tout le monde se retrouve et que tout le monde peut s'approprier. C'est le cas du titre *Sowia* (chanté en portugais mozambicain) sur mon dernier album, avec un rythme et un synthé qui peuvent évoquer du N'dombolo d'il y a 20 ans, mais totalement remis au goût du jour avec de l'afrobeat. Il y a d'autres titres comme celui-là que je joue en tournées devant des foules

de plus de 500 personnes en Ouganda, à la Réunion, au Sénégal, à Mayotte, en Éthiopie, en Haïti, à Cuba ou même en Chine. Et dans tous ces pays, les gens se retrouvent dans la rythmique chaleureuse et les sonorités éclectiques en disant : « c'est la musique de chez moi » ou « cela ressemble à notre musique ». Il y avait suffisamment de codes pour que les gens puissent s'identifier à ces genres de morceaux, mais pas assez pour que l'origine soit spécifiquement attribuée à un seul pays ou à une région unique dans le monde. Cela reflète le caractère universel que je veux donner à mon travail musical. J'ai par exemple apprécié de découvrir lors d'un voyage au Sénégal le collectif Guiss Guiss Bou Bess, avec son mélange électro-sabar, entre percussions traditionnelles et rythmes contemporains mbalax. Lorsqu'on voit l'explosion de musiques électroniques sur le continent africain, je trouve cela hautement inspirant.

### ***Collaboration et cocktail de co-créations entre artistes du Nord et du Sud : les « ambassadeurs » des métissages musicaux***

L'ensemble de mon dernier album *Soft Power* sorti le 19 juin 2020 est justement un beau mélange de musiques à la fois puissantes et douces, avec à la base de l'électro, une bonne dose de groove ainsi qu'une pluralité d'influences africaines, latines et caribéennes qui donnent des chansons dont se dégage un genre de force tranquille. On y retrouve un peu de compas, de dancehall, de bossa-nova de rap latino et de zouk. Cet album est sorti en pleine pandémie et dans un contexte de scandales et de revendications tels que *Me Too*, *Black Lives Matter*. Le titre *Soft Power* lui-même indique que n'importe quelle musique peut inspirer, influencer ou changer la vision du monde qu'ont les gens, notre manière de percevoir ou d'entrer en relation avec d'autres cultures à travers une sorte de magie douce ou invisible qui fait le miracle de connecter des humanités éloignées. C'est aussi cela, l'essence de la musique qu'il ne faut pas oublier. Sur cet album, je n'ai pas hésité à faire de la co-création avec des chanteurs aux bagages musicaux et aux univers variés comme. La première chanson (*Café com Leite*) est de Flavia Cœlho, elle est métisse probablement de parents noirs et blanc brésiliens et réside actuellement à Paris. Il y a également Flavia Nascimento, une autre brésilienne installée à Sherbrooke. Quant à Boogat, il est né et a grandi au Québec, mais ses parents viennent du Paraguay et du Mexique. Samito est noir, originaire du Mozambique. Red Fox vient de la Jamaïque et est noir aussi. Mélissa Laveaux et Coralie Hérard sont originaires d'Haïti. Daby Touré, est un Français noir ayant des racines mauritaniennes et sénégalaises. Avec toute cette diversité de talents qui ont collaboré à cet album, j'avais donc là un argument qui aurait servi de caution à un marketing de l'exotisme et à une récupération des enjeux militantistes et socio-politiques du moment. Mais en réalité, ce qui m'a toujours importé, c'est de m'insérer à travers mes créations dans une conversation mondiale à propos des multiples couleurs que peuvent prendre les musiques électroniques en fonction des racines de ceux qui la créent.

La collaboration avec ces différents artistes nous a permis de raconter collectivement une histoire et de créer quelque chose qu'on n'aurait pas fait chacun de notre côté. Ma musique peut dans ce sens être considérée comme une musique de différents mondes, mais ce n'est pas une musique exotique. Mais, je n'en ai pas du tout parlé, parce que je voulais présenter la nouvelle donne des choses. À la sortie de l'album, j'ai fait des posts Instagram, j'ai mis des photos de tous les collaborateurs afin que chacun fasse sa propre lecture. C'était ma façon de présenter la nouvelle photographie de la catégorie « musique québécoise », une musique avec des influences et des mélanges de divers styles et la typologie culturelle qui la structurent désormais. Je n'adhère donc pas à la notion d'exotisme et j'essaie de m'en écarter. Selon moi, l'exotisme musical est mort. Il y a une posture un peu postcoloniale derrière cette notion qui tend à ghettoïser les musiques d'ailleurs, les « musiques du monde », les musiciens d'autres aires géographiques non-occidentales, avec des préjugés hégémoniques qui donnent finalement l'impression que

l'industrie musicale a des choses à se reprocher par rapport à la légitimité et la reconnaissance qu'elle accorde aux « musiques du monde », en cherchant maintenant à en faire une cause universelle en faveur de la diversité des expressions culturelles. Toutes ces questions sont délicates et moi dans la musique, j'essaie juste de prouver que sans tomber dans le piège d'un regard exotique, cette cohabitation difficile entre différentes cultures musicales est bien possible. Lorsqu'on vit cette réalité de manière positive, c'est plutôt agréable !

### **La question des langues et de l'attachement au territoire**

Les auteurs-compositeurs-interprètes qui ont participé à l'album *Soft Power* chantent en portugais, espagnol, wolof (dialecte sénégalais) et créole. Il n'y a aucune chanson en anglais, ni en français. Mais ce disque demeure selon moi résolument québécois et montréalais. C'est une affirmation de ce qu'est la musique au Québec en 2020, une musique qui s'enrichit des rapports identitaires que les musiciens québécois/canadiens essayent de créer à travers leurs œuvres avec leurs(s) territoire(s) d'appartenance et des rapports qu'ils souhaitent créer ou entretenir avec des publics issus de différentes communautés linguistiques.

On peut à ce titre citer l'exemple du producteur et compositeur québécois « Kaytranada », victorieux en 2021 de deux trophées Grammy (meilleur enregistrement *dance*/électronique pour la chanson 10 % meilleur album *dance*/électronique, pour son second disque, *Bubba*, paru en décembre 2019) et qui a beaucoup insisté sur l'importance d'avoir aussi une reconnaissance locale de l'énorme travail fait par les producteurs et les acteurs de la scène musicale à Montréal. Moi, je dirais que j'ai un lien aussi ancré dans le territoire, en ce sens que je vis ici. Mes albums sont considérés comme parties intégrantes du territoire. Et donc, ma musique n'est pas perçue comme étant quelque chose d'étranger. Au niveau du continent africain, cela fait peut-être une vingtaine d'années ou un peu plus que je fais de la musique là-bas et je suis étonné de voir par exemple au niveau de la musique pop africaine qu'elle est de moins en moins liée au territoire linguistique. On observe des « cross-over » entre l'Afrique anglophone, francophone, lusophone, etc. ; phénomène qu'on n'observait pas il y a vingt ans et j'ai l'impression que cela s'explique par des dynamiques de circulation du mainstream culturel. Cela veut dire que la musique mainstream s'étend à de plus en plus de territoires et cela peut croître la tendance à une diversité musicale ultra-standardisée, désidentifiant les apports culturels spécifiques de certaines localités dans les brassages transnationaux.

52

### **À propos de la visibilité et du rayonnement médiatique de mes œuvres musicales**

Cela fait 20 ans que je fais de la musique. J'ai de bons liens avec les médias d'ici. Ils savent ce que je fais. C'est le côté positif par rapport aux médias mainstream et par rapport à la presse média papier aussi, si on veut. La situation des médias écrits et des autres formats est très difficile depuis plusieurs années. Donc, il y a beaucoup moins de place pour la musique dans les médias étant donné qu'il y a moins de médias eux-mêmes. Il n'y a pratiquement plus de magazines spécialisés, pas plus que de véritables journaux. Entre un album que j'ai sorti en 2005 et celui que j'ai sorti en 2020, les médias qui me donnaient de l'espace promotionnel n'existent plus. Ceux qui ont pu résister à l'usure du temps se sont davantage tournés vers le mainstream, parce qu'ils ont moins de revenus et en ont besoin. Du coup, ils ne peuvent plus être engagés, ni être vifs dans le ton, ni iconoclastes dans leurs positions. Donc, ils vont préférer parler de Céline Dion. Moins de journalistes et de journalisme culturels, ils ont encore moins de temps pour écrire leurs textes. Les seuls journalistes qui restent doivent (pondre) produire deux à trois fois plus de textes. C'est très difficile à ce niveau-là. Au niveau de la radio, je n'ai jamais joué à la radio commerciale ; si ce n'est Radio Canada qui peut jouer régulièrement la chanson *Café Com Leite*. Celle-ci a été jouée dans trois radios dans trois pays : Radio Kosmo en Allemagne, Radio

Nova en France (liste de lecture) et Radio Canada au Canada. Et par conséquent, le fait d'avoir des sources très variées est une de mes qualités qui me permet d'entrer sur plusieurs territoires. De plus, certains journalistes et quelques radios me suivent à l'étranger et continue de relayer ma musique.

### ***Découvrabilité et rencontre avec le public à l'heure des algorithmes : Les listes de lecture, le nerf de la guerre dans la bataille pour l'écoute et la visibilité***

J'ai toujours travaillé fort pour avoir des soirées régulières à Montréal (entre autres, les fameux rendez-vous « Qualité de luxe » à l'Ausgang Plaza, les soirées Afrobeats, Soca/Dancehall). Donc, j'use de mon point d'ancrage local qui est un élément très important pour jouer ma musique et jouer la musique des autres. Les soirées publiques me permettent d'avoir un public qui se renouvelle. Pendant celles-ci, je joue énormément des trucs du continent africain, des Caraïbes et de la diaspora en général. Chaque mois, je joue au moins une à trois fois à Montréal et mes chansons s'inspirent bien de là. Les soirées publiques me permettent aussi d'avoir un public qui se renouvelle. Ensuite, avec les dates à l'étranger que j'ai faites et les chiffres sur Spotify, cela semble indiquer que mon nouveau territoire, c'est la France. Le public là-bas ne me prend pas de la même manière que les québécois me prennent ; il y a comme une fascination par rapport à ma musique. J'ai été amené à jouer dans d'autres territoires par mes contacts personnels que j'ai développés au fil des années ou encore grâce à certaines chansons qui ont circulé plus loin que je ne l'imaginai. Et puis, il faut quand même dire que mon disque est sorti aux États-Unis. Néanmoins, je m'occupe de la distribution ici au Canada.

53

En ce qui concerne les réseaux sociaux, ce n'est pas par là que je vais rejoindre le plus mon public. Je suis relativement actif sur les réseaux sociaux, mais ça n'a rien à voir avec quelqu'un qui a 25 ans. Je ne fais pas le jeu des photos léchées. Je me considère un petit peu vieux jeu par rapport cette nouvelle donne et je n'ai pas de gros chiffres. Il est quand même assez commun que les gens achètent les clics, des *likes* et les *fans*. Mais personnellement, je ne l'ai jamais fait. Nombreux sont ceux qui pensent qu'on ne peut pas avoir 2 000 *likes* sur cette photo-là, alors qu'on a juste 3 000 *followers* ou encore que sur 2 000 *followers*, qu'il y ait 1 500 qui viennent *liker* chacun de tes posts. Je dirais vraiment pour ma part que je suis dans une autre démarche plutôt réellement artistique et créatrice. Je ne pense pas à une stratégie de promotion et de mise en valeur de mes œuvres avant de les avoir créées. Or, il y en a beaucoup maintenant qui font de la musique pour la notoriété et se soucie plus de la mise en avant et du buzz, sans chercher à se concentrer en amont sur la création du contenu. Ils misent tout sur la stratégie de visibilité et le contenu vient après.

S'agissant des plateformes de *streaming* comme Spotify, il est certain que pour y être visible et pouvoir rejoindre des auditoires à l'international, il faudrait y être extrêmement proactif et c'est très difficile en ce moment, surtout pendant la pandémie ; parce que les « gatekeepers » de la culture (littéralement, les gardiens d'accès et les points d'entrée sur un catalogue ou une liste de lecture), sont de plus en plus des algorithmes.

On peut questionner aujourd'hui la validité de la catégorisation de la musique actuelle, surtout à l'ère des plateformes numériques. Dans le cas de Spotify, ce concept de catégorisation semble un peu obsolète par rapport à l'organisation éditoriale de l'offre musicale disponible dans le catalogue de la plateforme. Le fait qu'on demande quel est le style lorsque tu soumettes les chansons en est l'illustration. Sans nommer une catégorie spécifique « musiques du monde », ils vont te proposer plusieurs genres différents comme : le Ndombolo, le Bikutsi, l'Afrobeat, le Mbalax, la Cumbia. Ils vont surtout te demander réellement quel est le *mood* de la chanson ? Et donc, c'est vraiment extra-fonctionnel. C'est-à-dire les gens écoutent la musique pour rire, pour

travailler, pour étudier, pour dormir, pour contrer l'insomnie ou en faisant du sport. Cela peut être le *mood* de dimanche ensoleillé, ou par exemple le *mood* d'une journée de pluie,... On nous invite donc à créer et conceptualiser des univers et des ambiances qui seraient favorables à l'écoute de notre musique. Ce n'est plus juste de la catégorisation. On est rendu ailleurs... Avec Apple Music, cela fonctionne un peu différemment : Les listes de lecture sont des nouveaux albums. Si tu n'es pas sur une liste de lecture qui est reconnue, il ne se passe rien. Et comment atteindre ces listes de lecture-là, c'est très difficile.

J'ai déjà vu un artiste qui a payé 300 \$ à la plateforme et qui a obtenu 100 000 écoutes en trois jours. Mais ce sont des fausses écoutes, et ça fait juste un pic à un moment donné avant de retomber. Il y a beaucoup de manipulation des données, de vraies «fausses listes de lecture» et c'est un problème endémique qui alimente le cercle vicieux du mainstream. On le voit sur Spotify, même sur YouTube. En effet, il ne faut pas oublier que derrière les données issues des recommandations des algorithmes, se cachent de vraies personnes qui ont fait la conception ou le design de ces algorithmes pour qu'ils fonctionnent selon leurs propres critères commerciaux et de rentabilité économiques. Il y a aussi les curateurs de contenus et les responsables éditoriaux qui sont payés par les plateformes pour créer des listes de lecture thématiques et ces listes de lecture constituent un Graal pour la quête de visibilité. Si tu dis aux personnes qui coordonnent ces plateformes que tu as mis 5 000 \$ en promo en Angleterre, cela devient la preuve de ton sérieux et cela fait de ta musique une musique recommandable qui pourrait entrer sur une liste de lecture potentielle. L'argent appelle l'argent !

Moi, j'ai fait des tests sur Spotify qui me recommande des choses extrêmement précises dont j'ignorais parfois l'existence; de vraies découvertes. Mais, de façon générale, si tu aimes le ruisseau, ces plateformes et leurs algorithmes vont constamment t'amener au fleuve (sans effet de ruissellement au niveau des revenus pour les contenus et les artistes moins connus). YouTube en est un bon exemple, car même si j'ai un historique de visionnement de musiques qui se concentre sur des vidéos avec 2 000 à 5 000 vues, tu seras par la suite dirigée vers d'autres contenus, parfois similaires, mais qui ont 10 à 15 millions de vues. C'est comme si tout est fait pour vous ramener au «mainstream», quel que soit vos goûts. Cette logique ne laisse aucune chance de découverte pour des contenus et des artistes moins écoutés et moins populaires. Je pense que les gens ne vont pas sur ces plateformes pour véritablement découvrir de nouvelles musiques. Le pourcentage de ceux qui veulent vraiment découvrir de nouveaux artistes ou de nouvelles musiques se situe généralement entre 1 % et 10 %. Les gens vont sur les plateformes pour réécouter la musique qui leur est familière, qu'ils écoutaient entre 15 et 25 ans. C'est devenu un monde de *single* dans laquelle chaque chanson suit sa propre trajectoire de découvrabilité et de succès. J'ai trois ou quatre chansons qui fonctionnent bien dans l'environnement Spotify, mais bien de façon indépendante et non pas parce qu'on les écoutait à partir de mes albums. En réalité, les gens écoutent les chansons les plus populaires. Et apparemment, la popularité, cela a un prix; ça s'achète, ça se monnaie sur les plateformes; renforçant ainsi la *star-system* et la dictature du *Mainstream*.

### ***Pour conquérir de nouveaux marchés internationaux***

Chaque jour, il y a plus de 50 000 nouvelles chansons qui sont mises sur le marché et c'est énorme. Les artistes ne comprennent pas la démarche qui consiste à aller sur un autre marché et croient au discours utopique des plateformes en termes de promotion et de rayonnement international. Ils croient qu'en étant sur une autre plateforme ou parce qu'ils chantent en français, ils vont nécessairement accéder à un autre marché, à un public mondial. Or, toutes les belles promesses des marchés globalisés et des acteurs de la «*Silicon Valley*» en termes de diversité culturelle en ligne ne sont que des illusions quand les expressions culturelles concernées ne sont pas exportables ou

*mainstream*, selon les propres règles et critères de ces acteurs. L'alternative, c'est donc d'explorer soi-même des marchés internationaux physiquement et de s'intéresser aux niches sur lesquelles on peut se positionner à l'étranger. Souvent il y a plein d'artistes québécois qui ne marchent pas en France parce qu'ils ignorent le fonctionnement du marché français, n'ont aucune idée de comment ça fonctionne. Au Québec on est dans une perspective très différente de la France. On fait notamment une musique qui n'est pas tout à fait commerciale. Il faut être conscient des réalités des scènes qu'on veut conquérir, des spécificités du marché musical local qu'on tente de percer tout en tenant compte des logiques globales de l'industrie. La meilleure façon de pénétrer un marché étranger, c'est parfois de collaborer avec les artistes étrangers ou de chanter des versions dans leurs langues. Donc, en voulant se positionner et rayonner sur une scène internationale, il faut bien être conscient de ces enjeux et défis.

55

Crédit photo : Charles-Olivier Bourque



4.2.

### Naxx Bitota, une étoile filante dans le firmament de la « rumba-souciée »

Mon nom est Naxx Bitota (de mon vrai nom Alexandra Bitota). Originnaire de la République démocratique du Congo, je suis arrivée à Montréal en 2008. Ma carrière a été lancée en 2016, entre autres, avec le Festival international Nuits d'Afrique. Pour m'exprimer en musique, j'ai l'habitude de chanter souvent en lingala (la langue populaire dans mon pays d'origine), mais aussi en swahili, en tshiluba (la langue de mon village) et en français (langue avec laquelle j'ai grandi). Il m'arrive, selon comment je ressens la mélodie, de mélanger un peu de ces trois langues, parfois dans une même chanson (comme dans mon titre « petite fille » chanté en lingala, swahili et français). J'ai découvert la musique à l'âge de 9 ans, ayant été initiée par ma mère qui adore la musique, même si elle n'a pas voulu y faire carrière. Déjà tout-petits à la maison, on formait une chorale et on devrait chanter ensemble lorsque la famille se retrouvait les soirs et il fallait que chaque membre de la famille tienne bien sa note ; un soprano par ici, un alto par là. Et ma mère avait l'oreille musicale assez fine pour nous recadrer et nous aider à nous améliorer. C'est ainsi que j'ai développé une passion pour

la musique en poursuivant le chant au sein de plusieurs chorales qui m'ont amené à découvrir différents styles : le gospel, la musique traditionnelle, la musique classique, la musique folklorique. Aujourd'hui, en tant qu'auteure, compositrice et interprète, mon univers musical s'inspire ainsi des différents rythmes d'Afrique et des chants lyriques, dans lesquels j'ai évolué depuis mon jeune âge. Je suis influencée par des artistes comme Miriam Makeba, Whitney Houston, Céline Dion, Natasha St-Pierre, Garou, Papa Wemba, Salif Kéïta, Richard Bona, Lokoua Kanza, Cesária Évora... À travers mes compositions, j'essaie de créer un cocktail de sonorités détonantes mélangeant la Rumba, le seben et le Soukouss sur fond d'afropop, en accompagnant cela d'une signature vocale qui ne laisse pas indifférent le public lorsque je me produis sur plusieurs scènes locales et internationales.

### ***De l'importance de chanter dans plusieurs langues pour valoriser ses multiples appartenances identitaires***

Le fait de chanter dans les langues de mon pays d'origine m'apporte une singularité et me rend particulière. Même lorsque je chante en tshiluba, certains Africains qui m'entendent pensent que c'est du lingala et je leur réponds que ce n'est pas le lingala, mais plutôt une autre langue du Congo. Personnellement, je ne considère pas cela comme une barrière à la découvrabilité de ma musique, mais cela me donne plutôt une opportunité de parler de moi, de promouvoir la diversité linguistique, et de me démarquer lorsque tout le monde chante en anglais ou en français. Cela peut constituer tout de même un handicap par rapport à la circulation (diffusion et distribution) de mes œuvres musicales si l'on tient compte du système de radiodiffusion dans lequel nous travaillons. En effet, il faut avoir un certain pourcentage de français ou d'anglais dans les chansons si on veut passer à la radio, à la télévision, ou si on veut avoir cette chance d'avoir un gros label qui signe avec vous. Cela m'est déjà arrivé par exemple de réécouter certaines chansons et de me dire qu'il n'y a pas assez de français là-dedans. Je vais essayer de mettre un peu plus de français pour la simple raison qu'elle puisse être plus acceptable. Même si cela nous rend fiers en tant qu'artiste issu de la diversité et de l'immigration de chanter dans notre langue parce que cela fait partie de notre identité, on ne peut pas nier qu'il y a aussi un effort d'adaptation à faire pour rendre notre musique accessible au public d'ici et à l'international. Donc pour moi, dans le meilleur des mondes, ce serait bien qu'on puisse laisser exprimer librement notre art et notre créativité dans n'importe quelle langue dans laquelle on a envie de le faire, un peu comme une signature, mais tout en étant rassuré que ma musique parle au monde à travers son universalité et que les gens y adhèrent même sans nécessairement comprendre les paroles. Ce serait le monde idéal, mais il y a aussi des codes et des règles liées à la manière dont notre industrie fonctionne et on ne peut pas totalement s'y soustraire.

56

### ***Filiation ou dissociation par rapport aux musiques dites du monde ?***

Parlons de cette appellation « musiques du monde » ! Pourquoi créer une catégorie et l'appeler « musiques du monde » ? La musique classique, la musique populaire européenne (musique anglaise, française, italienne, russe, etc.), la musique chinoise, la musique coréenne ou la musique africaine, est-ce que tout cela ne fait pas partie des « musiques du monde » ou de musiques que le monde entier écoute ? Alors, pourquoi chercher à créer un répertoire particulier pour les musiques non-occidentales ? Pourquoi ne pas parler plutôt de rythmes du monde ? Mais là encore, il y a plusieurs styles rythmiques : lesquels inclure, lesquels exclure ? Donc c'est un peu complexe de se fier à cette appellation lorsqu'on ne s'entend pas complètement sur ce qui doit figurer ou pas dans la catégorie à laquelle on associe cette appellation. Peut-être que l'appellation « musique d'ailleurs » est un peu plus neutre et objective. Étant par exemple ici au Québec, il est forcément vrai que lorsque je fais la rumba ou le soukous, ce n'est pas originaire du Québec. Donc on peut considérer que ces musiques sont (proviennent) d'ailleurs.



Quoi qu'il en soit, je ne me retrouve pas véritablement dans cette catégorie de musique du monde, puisque tout comme ma mère qui m'a initié à la musique, j'ai des goûts éclectiques et une variété d'influences y compris la musique classique. Je suis un pot-pourri musical. J'aime bien écouter du rock, du jazz, un peu de tout du moment où ça me parle et m'inspire. C'est ce mélange des genres et courants musicaux que j'adapte à ma personnalité et c'est de là que je puise les messages, les sentiments ou la vision du monde que j'ai envie d'exprimer au public à travers ma musique. Par exemple si j'éprouve une grande joie ou une colère aussi, ce sont des sentiments chargés d'émotions assez fortes que je vais peut-être choisir d'exprimer en décibels (parce que ça bouge beaucoup les décibels). Mais en même temps on retrouve beaucoup d'harmonie, de chœurs, dans mes compositions; ce qui s'explique par mes connexions avec le classique. En effet, j'adore jouer en chorale plusieurs voix différentes. J'adore cette polyphonie qui transparait beaucoup dans mes créations. Donc le fait de porter l'étiquette « musiques du monde », cela paraît assez réducteur. Il serait définitivement mieux de catégoriser les musiques par styles. Par exemple, si une personne veut écouter de la Rumba, on devrait mettre la catégorie Rumba. On peut aussi créer une catégorie Soukous ou Folklore. Cela devrait faciliter la découvrabilité car chaque mélomane ou amateur pourrait plus facilement et directement retrouver la musique qu'il veut écouter si on lui suggérait directement des choix au niveau des styles. Car, si on devait regrouper tous ces styles dans une catégorie « musique d'ailleurs » (en lieu et place de « musique du monde »), cela n'effacerait pas toutes les incohérences. Et pour cause, la musique québécoise sera considérée, hors du Québec, comme une musique d'ailleurs. Or il existe bel et bien une musique folklorique québécoise qui est tout à fait différente de celle de Marie-Mai ou de Céline Dion.

57

Toujours est-il qu'on n'échappe pas à la catégorisation selon les normes et les logiques de l'industrie, pour que notre musique soit commercialisée et distribuée; que ce soit dans l'environnement analogique ou numérique. Et par défaut, on n'a pas trop le choix que de se mettre dans « musiques du monde ». On se met dans la catégorie « musiques du monde » parce que c'est la catégorie qui nous ressemble un peu plus, de par sa définition, même si elle nous est imposée. On se met dans « musiques du monde » parce que je ne peux pas aller me mettre ni dans Hip-Hop, ni dans la musique classique, ni dans Jazz (bien que parfois, j'ai des chansons qui sonnent un peu Jazz). Si la catégorisation se faisait par styles, je mettrais mes morceaux Jazz dans le style Jazz; quand j'ai une chanson Rumba, je la mettrai plutôt dans le style Rumba et qui sait si un jour, je me lance dans le Folklore québécois, alors j'identifierai ma création musicale dans ce registre aussi. Pour le moment, on a l'impression d'être enfermé dans une boîte fourre-tout avec une étiquette qui ne reflète pas la véritable diversité de tout ce qu'il y a à l'intérieur. Donc si quelqu'un ne s'intéresse pas à cette étiquette générique, on n'a aucune chance d'être découvrable.

### ***Stratégies de promotion, de visibilité et de découvrabilité***

Ce sont les grandes institutions ou les organisations corporatives de l'industrie de la musique qui peuvent nous aider aussi à accroître notre découvrabilité en tant qu'artistes issus de la diversité. Par exemple, l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) m'a fait un beau clin d'œil, à travers sa plateforme Palmarès ADISQ (propulsée par Stingray), consacrée majoritairement aux vidéoclips d'artistes québécois et canadiens d'expression française (avec 64 000 auditeurs en moyenne par semaine). Deux de mes vidéoclips (« *Petite fille* » et « *Amour sans frontières* ») ont été taggués et cela m'a donné un peu de visibilité, en permettant à des Québécois de me découvrir.

Dans l'environnement numérique, le public (qui ne me connaissait pas) me découvre principalement via YouTube et Facebook. J'ai sorti mon tout premier *single* parce que je fais des scènes et à un moment, je me suis dit il faut que j'entre en studio, parce que les gens ont commencé à me demander où est-ce que je trouve ta chanson? Donc, je me suis retrouvée en studio et j'ai travaillé sur mon premier album; ensuite j'ai pu sortir mon *single*. *Petite fille* est maintenant disponible depuis sur Spotify, sur Apple Music, ainsi que sur toutes les plateformes de distribution numérique de musique. En termes de stratégie d'autopromotion, j'ai remarqué que le plus facile c'est toujours de passer par YouTube, Facebook, Instagram. C'est souvent les trois outils que j'utilise et qui m'offre de la visibilité spontanée à l'international. Le problème c'est que lorsqu'on priorise la visibilité, cela se fait souvent au détriment de la rentabilité. En mettant notre musique disponible gratuitement sur les plateformes numériques en tant qu'artiste émergent en quête de notoriété, c'est un genre de sacrifice qu'on fait, en se consolant qu'à partir d'un certain nombre de vues, une plateforme comme YouTube peut accepter de te rémunérer. Or, il n'est pas non plus facile de nos jours de faire des centaines ou des milliers de vues sachant qu'il y a une forte concurrence entre nos contenus musicaux et des vidéos amateurs de chatons ou de quelqu'un qui saute de son balcon. On est noyé au milieu de tout cela.

À mon avis, la visibilité est vraiment primordiale dans la trajectoire d'un artiste émergent. C'est vraiment toute la carrière d'un artiste qui peut décoller s'il a une bonne stratégie de mise en valeur et de visibilité de son talent. C'est la visibilité qui augmente le potentiel de découvrabilité. Parce que je peux sortir une chanson aujourd'hui qui aura des millions de vues, mais si je ne continue pas à travailler sur cette visibilité, on m'oubliera très rapidement. C'est pour cela qu'avec le contexte de la pandémie (baisse des contrats, annulation des tournées et des spectacles), j'ai dû pour ma part m'adapter en proposant plusieurs concerts live sur Facebook afin de maintenir un contact et une visibilité minimum avec le public. Cela m'a aidé à me sentir toujours en vie, en rassemblant et en rendant hommage aux différentes parties de l'Afrique (Afrique centrale, Afrique australe, Afrique de l'Est et de l'Ouest).

En prenant l'exemple de la scène montréalaise des « musiques du monde », les Productions Nuits d'Afrique jouent un rôle incontournable dans cette visibilité dont les musiciens issus de la diversité ont besoin. Une fois que vous êtes programmés au Festival Nuits d'Afrique, vous êtes assurés d'une importante visibilité. Il y a des gens qui ne me connaissent pas, mais qui demandent : « C'est qui Naxx? ». Et d'autres qui après m'avoir découverte se demandent : « Mais comment se fait-il qu'on ne vous connaissait pas? ». Il y a même des gens qui nous écrivent (même si malheureusement on ne peut pas toujours répondre à tout le monde) et qui expliquent qu'ils ont visionné et apprécié nos prestations sur YouTube, qu'ils ont hâte de nous voir/revoir sur scène. Cela illustre à quel point on peut gagner en visibilité surtout lorsque vous participez à un Festival à caractère international qui vous permet d'être mis en connexion avec beaucoup de journalistes qui rédigent des portraits et des biographies sur nous. C'est ainsi que j'ai par exemple découvert plein d'artistes sur RFI comme ma compatriote Céline Banza, grâce à RFI Découvertes.

### 4.3. Tessy Pokuah Paquin, développeuse et accompagnatrice de talents artistiques



Après avoir étudié les sciences durant une grande partie de ma vie, j'évolue maintenant dans le monde de la musique. J'ai travaillé d'abord pendant un bon nombre d'années en tant que gérante de salle de spectacles (comme la salle Auzgang Plaza), avant de m'impliquer dans la gestion des spectacles et en tant que coordinatrice de programmation musicale. Mon domaine de prédilection reste l'organisation et la gestion de projets et d'événements culturels ainsi que l'accompagnement et la gestion des carrières d'artistes. En tant que fondatrice de l'agence Golden Tiger, je me suis assignée pour mission d'accompagner les artistes

à travers leurs réalisations artistiques et professionnelles dans l'industrie de la musique. J'ai eu l'occasion de collaborer avec des artistes et des associations d'artistes, dont certains qui sont issus de la diversité.

#### *La catégorisation et ses effets sur le financement de la carrière et le développement des artistes issus de la diversité*

Il faut d'emblée faire remarquer que dans l'industrie musicale, il n'y a pas beaucoup de ressources qui sont dirigées vers les musiques dites du monde parce que cette catégorie englobe plein de choses et est phagocytée par d'autres genres et styles musicaux tels que la pop ou la musique plus instrumentale. Il y a par ailleurs des artistes issus de la diversité qui font de la musique traditionnelle, mais qui ne sont pas considérés comme des artistes faisant de la musique du monde. Les processus de catégorisation peuvent ainsi poser des problèmes de découvribilité surtout au niveau du financement de la carrière des artistes et de leur éligibilité par rapport à des soutiens gouvernementaux tels que les bourses, puisque ce ne sont pas tous les artistes qui rentrent dans des cases. Il y a donc des besoins particuliers d'accompagnement pour des artistes qui ont du mal avec la manière dont on identifie leurs créations et leurs productions artistiques. Ce problème touche aussi beaucoup des artistes qui font de la musique électronique, mais dont la musique peut bien aussi entrer dans la case *World Music*. J'ai eu par exemple l'occasion de travailler sur un projet de production de musique house, mais avec

une chanteuse d'origine marocaine qui a plusieurs influences de styles. Or, l'obtention d'une subvention dépend déjà au premier abord de la case qu'on coche pour identifier et catégoriser l'œuvre ou le projet de l'artiste qui doit être évalué. Cela influencera aussi le jury qui va recevoir le dossier afin de procéder aux sélections. Par ailleurs, il y a une autre réalité qui fait que même au niveau des jurys, il n'y a pas beaucoup de gens issus de la diversité dans les catégories sous représentées. Il peut y avoir des gens qui sont spécialisés en blues ou en jazz, et qui vont se retrouver à devoir se prononcer sur des dossiers de demande pour de la *World Music*.

Selon la perception des artistes eux-mêmes, ces processus de catégorisation relèvent d'enjeux industriels/commerciaux ou techniques. Or, pour définir leurs musiques, ils s'en remettent avant tout à leur *feeling* et aux émotions traduites à travers leurs expressions et créations artistiques qui sont souvent teintées d'influences stylistiques provenant de partout. Dans les « musiques du monde », beaucoup de musiques sont le résultat de métissages venant de l'Afrique subsaharienne, avec des sonorités à base de percussions (le djembé de l'Afrique occidentale) et de xylophone, des mélodies vocales et des rythmes complexes. Il y a là aussi des parallèles à faire entre musique World et musique électronique. Donc oui, je pense qu'il y a toujours matière à réfléchir : Qu'est-ce qui relève de l'inspiration ? Qu'est-ce qui est emprunté ou approprié ? De quelle façon et comment cela a-t-il un impact sur les pratiques musicales des musiciens issus de la diversité ?

### ***Branding, authenticité de la démarche artistique et rencontre avec le public***

Je considère le *branding* comme quelque chose relevant de la manière dont l'artiste souhaite projeter sa sensibilité et sa fibre artistique comme élément de différenciation. Le marketing et le *branding*, c'est souvent le terrain commun entre l'artiste et moi. En effet, le *branding* est super important parce que c'est ce qui identifie clairement ta démarche artistique. C'est ta façon de faire, d'exprimer ta démarche artistique à des gens à qui tu veux faire entendre, découvrir ou connaître ta musique. C'est surtout l'image associée à tes créations, à ta signature artistique qu'un nouveau public peut très rapidement identifier ou reconnaître. Au niveau du *branding*, il est important de prendre en considération l'éthique et la responsabilité sociale qui en découlent. Le métissage rapide qui se fait au niveau de la circulation et de l'hybridation des produits culturels impose aux artistes et aux créateurs, pour ne pas se faire taxer d'appropriation culturelle, de mieux faire comprendre leur démarche artistique ainsi que leurs sources d'inspiration. Tout cela vient donner du crédit à leur travail.

Vous savez si c'est un artiste québécois qui fait un hybride entre la musique québécoise et la musique Yoruba, il est important de comprendre comment s'est opérée cette hybridation, afin de redonner du crédit aussi à l'originalité de sa création et cela pourrait dans une certaine mesure accroître sa découvrabilité (par exemple par les diasporas nigériane et africaine au Canada, aux États-Unis ou en Angleterre). Par ailleurs, il ne faut pas oublier que plus la découvrabilité d'un artiste s'accroît, plus celui-ci peut tirer des revenus associés à la circulation et la consommation de son œuvre.

J'ai bien appris, à travers mon métier, à mettre de l'avant l'artiste qui veut développer sa carrière artistique. On a envie de l'aider, de le faire évoluer jusqu'à ce qu'il rencontre un certain succès ou une notoriété. En concevant un projet de développement de carrière avec l'artiste, on ne peut pas stratégiquement se focaliser uniquement sur l'aspect créatif de son travail, sans penser à l'aspect de mise en valeur, de promotion et de monétisation de sa création en amont à sa mise en marché et à sa commercialisation. On ne peut pas dissocier les deux. Si on veut être capable de vivre de son art, il faut accepter d'accorder toute l'importance qu'il faut à l'aspect économique, car en dehors de la qualité de l'œuvre on ne peut évaluer son succès qu'en

fonction de sa réception au niveau du public. Bien évidemment, il ne faut pas se dire, je veux faire de la musique pour se faire de l'argent et manquer de patience en priorisant tout de suite la quête du gain. Cela peut porter atteinte, voire dénaturer l'authenticité de la démarche artistique. Le succès commercial ne doit pas être perçu comme une fin en soi, mais plutôt comme une reconnaissance du public. Je pense que c'est là qu'il y a beaucoup de frustration chez les artistes. Il y a par exemple des artistes qui font du hip-hop ou du reggae et qui ont du succès en un laps de temps. Mais ce qui importe véritablement, c'est de suivre la trajectoire de découvribilité et la progression de cet artiste, la stabilité de son image de marque et de sa réputation (y compris dans la sphère numérique), sa visibilité sur des chaînes de radios commerciales, etc. Au Québec, en ce moment c'est le hip-hop et le rap qui ont beaucoup le vent en poupe avec un bon bassin d'artistes qui sortent de l'ombre et se révèlent au grand public.

### *L'autoproduction comme moyen de se faire connaître pour les artistes émergents*

Il est souvent très difficile pour de jeunes musiciens de démarrer leurs carrières, le marché étant extrêmement concurrentiel et difficile. Aujourd'hui encore, c'est une tâche très ardue pour un jeune artiste de se faire remarquer par un label. C'est beaucoup plus facile de s'enregistrer soi-même aujourd'hui, car les technologies numériques permettent de créer une œuvre à moindre coût et de la partager avec le public. C'est ainsi grâce au Web que de nombreux artistes autoproduits ont pu démarrer leur carrière. Au cours des dernières années, il n'y a jamais eu autant d'autoproductions en musique, surtout avec les artistes indépendants qui se lancent tout seuls et qui travaillent souvent sans entente avec un distributeur traditionnel reconnu, et sans avoir un *radio tracker*. L'artiste peut faire tout lui-même et même placer sa musique sur les plateformes.

61

Il faut dire aussi que si l'industrie de la musique a beaucoup évolué vers l'autoproduction, le système de subventions ne s'est pas toujours bien adapté à cette nouvelle réalité et les subventions en musique ne vont pas toujours soutenir directement l'artiste lorsque vient le temps de commercialiser son produit, mais l'argent va plutôt vers d'autres acteurs de l'industrie avec lesquels l'artiste doit contracter. La nouvelle génération d'artistes-entrepreneurs se butent ainsi encore à un manque d'argent au moment de faire la promotion de leurs œuvres. Le Web devient alors le meilleur moyen pour se faire connaître, que ce soit par des vidéos publiées sur YouTube, des morceaux publiés sur SoundCloud ou encore en partageant des contenus et en constituant des communautés de *fans* à travers les réseaux sociaux, notamment Facebook et Instagram. La plateforme Bandcamp est aussi particulièrement intéressante puisqu'elle permet de partager des morceaux selon différents modes de rémunération. L'artiste peut choisir de faire écouter ses morceaux gratuitement, de faire un appel de dons facultatif dont le montant sera choisi par l'auditeur, ou bien de faire payer ses morceaux qui seront téléchargeables. Ensuite, c'est lorsque le musicien aura gagné en notoriété qu'il pourra rendre sa musique disponible sur différents canaux de diffusion traditionnels ainsi que via les plateformes (Spotify, Apple Music, Deezer, etc.). Mais après, le véritable enjeu, c'est comment se rendre découvrable et visible dans un catalogue quasi-illimité de centaine de milliers de titres.

### *Le rôle des plateformes dans la découvribilité et la question de la juste rémunération*

Les plateformes d'écoute de musique en continu, comme Spotify, jouent un rôle important dans l'amplification de l'exposition et de la visibilité de certains genres musicaux et de certains artistes qui ont un bon *branding*. Lorsque le *branding* (l'image de marque) d'un artiste est fort et qu'il démontre beaucoup d'authenticité dans sa démarche artistique, dans les messages qu'on communique et la manière d'interagir avec le public, alors toute l'attention (y compris sur les

réseaux sociaux comme Instagram) sera dirigée vers lui. Si c'est juste une autopromotion de façade ou tape à l'œil pour créer ponctuellement du buzz, les gens sont tellement bombardés par ce type de contenus qu'ils n'y accordent plus d'intérêt.

Une fois que leurs chansons sont présentes sur une plateforme, les artistes ont souvent l'obsession de la « data », c'est-à-dire les statistiques de performance en termes de nombre d'écoutes de leurs morceaux : Comment obtenir suffisamment d'écoutes qui, une fois rapportées au nombre total d'écoutes sur la plateforme, puissent leur garantir équitablement des revenus ? Il est aussi important de noter ici que les algorithmes jouent un rôle déterminant, notamment pour la découvrabilité via les listes de lecture. Par exemple, si ton algorithme est bon sur Instagram, cela peut avoir des effets positifs sur les algorithmes de recommandation de ta musique sur Spotify. Plus, tu es haut dans l'algorithme, plus tu as des chances que ta musique émerge de la masse. Beaucoup d'artistes sortent par exemple leur musique le vendredi, simplement en espérant pouvoir se retrouver sur les listes de lecture des nouveautés du vendredi qui annoncent un peu les tendances de ce que les gens vont écouter durant le week-end, et parfois de ce qui va être joué par les DJ dans les soirées, les bars et discothèques. Certains musiciens se voient obligés de payer pour être ajoutés sur une liste de lecture, parce que cela les rassure de savoir qu'ils sont dans une liste avec une logique de rotation qui leur donne plus de chance d'être exposé à un bassin potentiel d'auditeurs, sachant que les listes de lecture populaires comptent des centaines de milliers d'abonnés ; ce qui est non négligeable si tu bénéficies ainsi d'un coup de projecteur. Même lorsque c'est ponctuel et éphémère, cela te donne au moins la chance d'être repérable et découvrable, et cela peut faire monter en flèche le nombre d'écoutes qu'un artiste peut avoir pour l'une de ses chansons. Or, le nombre d'écoutes peut même influencer les programmeurs de festival ou de salles de spectacles puisque les gens vont toujours chercher à savoir combien d'écoutes tu fais sur les plateformes, combien de *followers* sur Instagram et d'abonnés sur ta page Facebook, quel est le taux d'engagement avec ton public (soit le nombre de *likes* sur tes photos, le nombre de commentaires en moyenne sur tes posts, etc.). Actuellement, le taux d'engagement minimum qui est un peu utilisé comme référence, c'est 3 %.

Il ne faudrait pas cependant oublier que les écoutes uniques ne valent plus grand-chose en termes de rémunération. Comment ça fonctionne concrètement ? Si une plateforme musicale propose 100 000 chansons en un mois aux internautes et en tire 10 000 dollars, chaque chanson jouée aurait une valeur théorique de 10 000 divisé par 100 000, soit dix centimes de dollars. De ces dix centimes, la plateforme de « *streaming* » garde généralement 30 % et reverse les 70 % restants aux ayants droit (Apple Music promet entre 71,5 % et 73 %). Les ayants droit (maisons de disques et producteurs) gardent ensuite 90 % des sept centimes versés par la plateforme de « *streaming* » et reversent en moyenne les 10 % restants aux artistes. En comparaison, ces revenus sont partagés en 50-50 % quand il s'agit de diffusion radio. Spotify, le service le plus populaire en terme d'utilisateurs et d'abonnés, est pourtant un de ceux qui payent le moins par chanson écoutée (0,00397 \$ US) par chanson écoutée.

Par ailleurs, aussi surprenant que cela puisse paraître, ce n'est pas parce que vous écoutez très régulièrement, voire uniquement, le même artiste que ce dernier va voir ses revenus s'accroître, puisque le modèle de rémunération des artistes distribués par les plus gros acteurs du *streaming* musical est dit « centré sur le marché » (*Market Centric Payment System* – MCPS). Ainsi, la rémunération associée à un titre est calculée au prorata du nombre d'écoutes de ce titre sur le nombre total d'écoutes réalisées via la plateforme de *streaming*. En d'autres termes, il s'agit d'une sorte de pot commun partagé selon le volume global d'écoute des utilisateurs de la plateforme. Ce n'est donc pas parce qu'on écoute en boucle le même album du même artiste que la totalité du montant de notre abonnement ou des revenus générés par la publicité à l'écoute

vont à cet artiste. En d'autres termes, si les œuvres de l'artiste en question restent relativement peu écoutées par rapport à la totalité des écoutes de la plateforme, alors ce dernier touchera une somme vraiment dérisoire. C'est d'ailleurs pour cette raison que les artistes sont de plus en plus contraints de diversifier leurs sources de revenus et se tournent notamment vers les produits dérivés et surtout les concerts (même si cela n'est plus évident dans le contexte de la pandémie).

#### 4.4.

### Hortense Volle, la « nièce » qui explore et révèle le riche univers de la diversité des musiques africaines



Gracieuseté de Constantinople

63

Depuis l'aventure de *L'Afrique enchantée* (France Inter) et ma chronique enjaillée, je poursuis mon exploration des cultures et des musiques d'Afrique en travaillant comme journaliste chez Pan African Music (PAM) et pour plusieurs magazines de Radio France Internationale (RFI).

PAM est un magazine musical en ligne (édité en français et en anglais) qui a été fondé en 2017 au sein de la société de distribution digitale IDOL, avec comme vocation de promouvoir et de diffuser des musiques issues du continent africain et de sa diaspora. Au départ, c'était un blogue qui devait apporter du contenu inédit pour inciter les gens à aller découvrir ces musiques sur les plateformes et très rapidement les chroniqueurs et chroniqueuses de PAM se sont pris au piège de la passion de faire connaître ces musiques africaines au monde. 4 ans plus tard, le petit blogue est devenu un véritable magazine en ligne qui soutient les nouvelles tendances de la musique panafricaine, en soulignant l'effervescence créative des nouvelles générations de musiciens et de musiciennes, tout en s'affirmant comme une plateforme documentaire spécialiste de l'histoire et des mutations du patrimoine musical du continent africain. Nous avons fédéré autour de ce projet une belle communauté de journalistes européennes et africaines, s'appuyant sur leurs expertises multiples, qui collaborent à la co-création de contenus bilingues longs-formats, tout en privilégiant le reportage et le documentaire afin de nouer une relation de confiance avec les artistes.

## **Comment la musique aide à façonner, voire changer, notre regard sur l'autre et pourquoi chaque voyage d'exploration ou de découverte musicale doit être vécu comme une belle expérience d'altérité**

Ma première venue à Montréal dans le cadre du Festival Nuits d'Afrique a été une expérience riche d'enseignements à plusieurs niveaux par rapport à la découverte du continent nord-américain. J'ai compris beaucoup de choses et j'ai vu des différences saisissantes dans notre approche de l'altérité, par rapport à la manière dont nous voyons l'autre en France. Il faut dire qu'en France, on est culturellement beaucoup plus proche du continent africain de par notre histoire (cela ne veut pas dire que les gens connaissent aussi bien l'histoire des Africains que les Africains de l'ouest connaissent l'histoire de la France). Le paysage culturel et artistique français offre une pléthore de produits promouvant les cultures d'Afrique, que ce soit en matière de littérature, en matière de musique, en matière de cinéma, avec une panoplie de festivals. On a une proximité, qu'elle soit acceptée ou non, qu'elle soit historiquement et encore symboliquement aujourd'hui chargée de tensions liées à un héritage colonial parfois lourd à assumer, avec des épisodes de pillages, d'assimilation et des revendications légitimes de restitutions d'œuvres d'art. Mais cette proximité culturelle, c'est aussi ce qui a beaucoup permis de développer une grande mobilité des artistes africains vers la France et l'Europe, ainsi qu'une riche tradition d'échanges culturels (parfois entre des écoles, des municipalités, des villages) et des liens forts entre différentes communautés artistiques africaines et françaises, et souvent sous l'impulsion des réseaux de la diaspora. Tout cela fait qu'on a un rapport complètement différent avec les artistes et les cultures d'Afrique par rapport au Québec. En venant nous produire à Montréal avec *Le bal de l'Afrique enchantée*, j'ai remarqué que les gens avaient ici un rapport encore très exotique par rapport aux musiques d'Afrique, et qu'ils étaient encore dans une phase d'exploration et de découverte, nourrie par une curiosité assez poussée, mais toujours saine. Ils portent un regard neuf (même si celui-ci peut être chargé de préjugés et de stéréotypes liés à l'inconnu). Je me rappelle avoir réalisé un reportage intitulé *Montréal l'africaine*, à travers lequel je suis allée à la rencontre des Montréalais d'origine africaine, incluant des artistes qui ont immigré ici ou même des intellectuels qui ont fait de longues études ici. Tout le monde m'a exprimé la même chose par rapport à ce sentiment de liberté et d'épanouissement que leur avait procuré le fait d'arriver au Québec (et plus précisément à Montréal) ; la liberté d'être eux-mêmes, de ne pas être obligé de renier leur identité pour se faire accepter. Et surtout de ne pas être jugé, catégorisé ou défini par la couleur de peau, mais beaucoup plus par rapport à ce qu'ils pouvaient apporter à leur société d'accueil, y compris d'un point de vue d'enrichissement culturel. Le poids de nos propres repères et référents culturels ainsi que l'image qu'on souhaite projeter de nous et le regard que portent les autres sur nous, tout cela pèse donc sur nos différentes manières d'expérimenter des rencontres interculturelles, d'établir des dialogues interculturels, notamment à travers l'exploration, la découverte et l'adoption de rythmes et de musiques venues d'ailleurs.

64

### **À propos de la catégorisation des « musiques du monde »**

Cette catégorisation est héritée des années 80, dans un besoin commercial de classer dans les rayons de disquaires des musiques, qui pour de nombreuses raisons, ont commencé davantage à se faire entendre au début de cette décennie. Le concept « musiques du monde » (au pluriel) sera alors issu de la traduction littérale de « *World Music* ». À ma connaissance, cette appellation est éculée et résonne aujourd'hui très bizarrement, même si on comprend qu'il y avait derrière l'idée d'une exposition commerciale des musiciens qui avaient longtemps du mal à trouver des circuits de diffusion adéquats pour faire circuler leurs œuvres.



Pour avoir été en contact avec des gens qui sont responsables de festivals, des «*bookeurs*», des *managers* et d'autres professionnels du milieu, je me suis retrouvée avec une double casquette, à la fois comme journaliste (le métier que j'exerce maintenant depuis de nombreuses années) et comme accompagnatrice d'un des musiciens du projet *Le bal de l'Afrique enchantée*. Je suis ainsi passée de la radio à la scène et c'est à cette occasion que j'ai compris certaines réalités auxquelles on est confronté surtout lorsqu'on doit finir par s'improviser à la fois en bookeur et tourneur de notre propre projet. En France, on a cette chance d'avoir plusieurs caisses et fonds liés à la culture. On doit remplir des dossiers de demande de subvention et cocher des cases pour pouvoir accéder à ces fonds. Ce sont les fameuses «*cases*» qui déterminent tout pour la suite. Il faut répondre à des questions telles que : Est-ce que tu fais de la musique actuelle ? Est-ce que tu fais de la musique du monde ? La chanson française ? La variété française ? C'est cette catégorisation qui agit par la suite comme une étiquette et va jusqu'à déterminer le lieu ou le type d'événement dans lequel des promoteurs de festivals vont te programmer. Donc en fait, c'est toute une organisation systémique et des dynamiques institutionnelles et industrielles qui s'entremêlent pour t'assigner une trajectoire dès que tu rentres dans une catégorie. Tout est lié.

Ce qui me rassure aujourd'hui, c'est qu'il y a tellement de styles et de courants musicaux maintenant, que même les plateformes contribuent à accroître l'accessibilité de la diversité musicale en termes de listes de lecture, avec plusieurs sous-niches d'un même style. Cela peut contribuer à faire connaître plus facilement des artistes qui souffraient d'un problème de visibilité en étant dans des catégories un peu fourre-tout, comme celle des «*musiques du monde*». Le cas de DJ Sebb, producteur réunionnais, en est la parfaite illustration. Celui que ses amis d'enfance décrivent comme «*un gars parti de rien*», qui depuis l'âge de 12 ans suivait ses tontons DJ pour aller animer dans les fêtes de familles (baptême, communion, mariage, etc.), est devenu un artiste-vedette à la Réunion et compte plus de 25 000 *fans* sur sa page Facebook. Par ailleurs, les productions frappées du sceau de Dj Sebb cumulent aujourd'hui plus de 50 millions de vues sur la plateforme de vidéos en ligne ; un score rarement, voire jamais atteint par des productions réunionnaises. Sa musique s'inspire de l'afro dutch, un sous-groupe de l'afrobeat. Dans ce courant, ce sont des hollandais qui font des mix de dancehall et d'électro avec d'autres musique des Caraïbes la dance. Quelque chose que DJ Sebb a découvert totalement par hasard il y a quelques années à travers des vidéos sur YouTube.

Avec son immense talent de composition et son sens inné de la mélodie, il s'est donc réapproprié de l'afro dutch qu'il a fait découvrir au public réunionnais, en le mélangeant avec d'autres styles comme le baile funk du Brésil ou le shatta des Antilles. Et finalement, il a ainsi créé quelque chose à sa propre sauce et qui est chantée dans les langues réunionnaises. Comme il l'explique, c'est un son multiculturel, à l'image même de la Réunion, mais qui s'exporte déjà avec beaucoup de succès dans d'autres pays des Antilles et des Caraïbes, grâce au relais des DJ de la diaspora réunionnaise qui jouent cette musique. C'est pour vous dire que les artistes sont eux-mêmes en train d'implorer ces catégorisations. D'ailleurs, si vous regardez les listes de lecture que confectionnées par Pan African Music, on retrouve plusieurs genres musicaux comme l'afro-club, l'afro-rap. Le terme qui va être le dénominateur commun c'est «*afro*» pour les musiques qui nous intéressent. Après, ce qu'on appelle «*musiques du monde*» en France inclut les musiques traditionnelles, les musiques régionales et une panoplie d'autres musiques.

### ***L'apport des concours, des prix, des festivals et labels dans la promotion et la découverte musicale***

Depuis 1981 où il a été créé, le prix Découvertes RFI contribue à mettre en avant les nouveaux talents musicaux du continent africain, de l'océan Indien et des Caraïbes. Des artistes comme

Rokia Traoré (Mali), Sally Nyolo (Cameroun), Didier Awadi, Habib Koité (Sénégal), Tiken Jah Fakoly (Côte d'Ivoire) et plus récemment Soul Bang's (Guinée), Elida Almeida (Cap-Vert) ou encore Céline Banza (RD Congo) ont été révélés en tant que des lauréats de ces prix; ce qui a même dans certains cas lancé leur carrière et leur succès à l'international. C'est donc bien un outil de valorisation et de promotion des artistes avec tout un dispositif d'accompagnement, d'interviews et d'émissions pour mettre en avant les artistes nominés et lauréats et même l'organisation de concerts géants des finalistes du prix pour départager et déclarer un gagnant. Le gagnant pouvait aussi profiter d'une importante tournée dans tous les Centres culturels (appelés aujourd'hui « Instituts ») français des pays francophones. Dans ce genre de concours, il faut cependant faire attention pour que ce ne soit pas l'artiste qui vienne servir de faire-valoir et de crédit pour la radio ou le festival. En réalité, si l'objectif est de donner un coup de pouce et d'accompagner un artiste en développement ou émergent afin qu'il rencontre son public et accède à une certaine notoriété, alors on peut considérer que ce genre de prix apporte une plus-value pour la découvrabilité de l'artiste. Or, maintenant, il y a une tendance qui fait qu'on présélectionne pour ces types de concours des artistes qui bénéficient déjà d'un minimum d'accompagnement professionnel, qui ont même déjà quelques titres enregistrés, ou qui ont déjà construit un entourage professionnel. Les artistes qui n'ont pas d'encadrement professionnels (et qui en ont pourtant le plus besoin pour être découvrables) se retrouvent ainsi parfois écartés. Et c'est là qu'on passe à côté de l'objectif ! Il y a également des concours pour lesquels les membres du jury de sélection font partie des institutions qui sponsorisent le prix et qui donnent de l'argent. Cela peut donc entraîner quelques biais, surtout lorsque ce sont toujours les mêmes personnes/institutions qui déterminent année après année les critères de sélection sans qu'il n'y ait un renouvellement de leur vision et une adaptation par rapport aux nouvelles tendances d'écoute musicale.

### *Quel rôle pour les médias traditionnels comme la radio et quelles stratégies éditoriales dans la promotion et la découverte de nouvelles musiques et de nouveaux talents ?*

66

La radio ne peut plus jouer toute seule ce rôle-là, parce que les espaces dédiés à des musiques, à la diversité sont de plus en plus réduites sur les ondes et les grilles de programmation. Il y avait une émission radio sur France Inter dédiée au reggae qui n'existe plus ; les émissions dédiées aux musiques traditionnelles sur Radio France internationale disparaissent. Cela confirme donc que les espaces dédiés à cette diversité de musiques se réduisent à peu de chagrin. Les musiciens sont aujourd'hui contraints de mener un véritable travail sur les réseaux sociaux pour être présents, pour communiquer et être en interaction permanente avec le public. Même si certains considèrent que c'est un Graal de se retrouver sur une « bonne liste de lecture » sur Spotify, d'autres vous diront qu'il vaut mieux que le présentateur d'une émission culturelle populaire parle pendant 5 minutes ou joue l'extrait d'un titre d'un artiste africain, à une heure de grande écoute, pour que cela lui apporte une visibilité qui vaut beaucoup plus que celle d'une liste de lecture.

Si on prend l'exemple de notre magazine PAM, on a une autre approche : L'idée c'est de faire le pari du temps long. En consommant des nouvelles (sur l'actualité musicale), des vidéoclips, des images, cela entraîne une spirale de clics et les gens sont dans l'instantané ; ils ne s'attardent plus sur l'essentiel et développent une culture de zapping. Cette forme de découvrabilité ne peut qu'être très éphémère. Le pari que font maintenant les magazines spécialisés et les plateformes d'information musicales payantes, c'est justement d'alterner entre des nouvelles/des articles et un « vrai » contenu sous forme d'interview ou de portrait par exemple. Au fait, il faut un peu des deux. Les nouvelles relayent un communiqué de presse, une information, une sortie d'album ou de *single*. C'est une manière d'être présent, de couvrir de la manière la plus large

possible ce qui se passe musicalement sur le continent ; c'est un travail de veille très exigeante. Parallèlement, il importe de miser sur le développement de vrais contenus, qui soient tout de même documentés et ponctués d'images. On se focalise notamment sur l'image pour attirer l'œil. L'idée, c'est de proposer autre chose en termes de styles de narration. J'ai envie de relever ce pari qui consiste à faire des liens entre un artiste et des publics et le seul moyen qu'on a pour y parvenir, c'est de raconter une histoire sur l'artiste qui accroche le public et qui lui donne envie de découvrir davantage cet artiste. Par exemple, s'il y avait un aspect sur lequel Nuits d'Afrique pourrait travailler davantage, c'est de bonifier la communication qui est faite autour des artistes issus de la diversité. Je ne sais pas si je suis bien placée pour faire des propositions parce que je suis très afro-centrée, puis ce sont les mêmes artistes qu'on voit de festivals en festivals. Je pense que ce qui peut amener un public lambda sur un festival et pour attirer aussi la curiosité d'un public plus spécialisé comme les journalistes, c'est de porter une attention particulière à la rédaction du dossier de presse ou du livret de programme. Cela peut faire une très grande différence. Tout doit être éditorialisé, de votre post Facebook à votre dossier de presse (pour moi, en fait, c'est la même chose). C'est votre image, c'est le ton utilisé, c'est l'identité projetée. Donc, c'est la manière dont vous allez communiquer sur des artistes, les présenter à votre public ; et cela doit être une approche très personnalisée.

67

Crédit photo : André Rival



#### 4.5. **Soro Solo** **(né Souleymane Coulibaly),** **l'enchanteur qui raconte** **l'Afrique vibrante et militante** **à travers ses musiques** **légendaires**

Ayant grandi dans un village près de Korhogo, dans le nord de la Côte d'Ivoire, j'ai baigné dans une culture musicale qui utilisait dans toute sa fonction sociale. J'ai été particulièrement marqué par le rôle que joue la musique dans les rites funéraires d'accompagnement d'une personne défunte. Cela revêt pour moi, tout le côté emblématique et symbolique de la musique comme un voyage et une élévation de l'âme. Alors que dans nos sociétés modernes aujourd'hui (que ce soit africaine ou occidentale), la musique est réduite à un pur produit de consommation. C'est cette fonction sociale de la musique associée à mes origines senoufo, qui m'a marqué et j'étais imprégné de cela, lorsque je suis entré en radio. Et je me suis dit, pourquoi je ne ferai pas des programmes qui non seulement vont présenter des musiques pour se divertir, danser, courtoiser, draguer, mais aussi raconter la fonction sociale de cet art oral de la musique. Ce que je considère comme le point central de ma musique, c'est de pouvoir, ne serait-ce qu'avec un titre musical, raconter toute l'histoire d'un peuple. C'est aussi cela qui m'intéresse dans la musique :

Utiliser la musique pour raconter l'histoire, les valeurs sociales, les mythes, les légendes des peuples. C'est, entre autres, pour cela que je me suis très tôt intéressé aux musiques dites du monde.

### *À propos de la catégorisation des « musiques du monde »*

À vrai dire, cette appellation (« musiques du monde ») m'agace un peu... Est-ce que la musique de l'Amérique n'est pas dans le monde? Est-ce que la musique française n'est pas dans le monde? Je préfère, pour ma part, parler plutôt des musiques d'ailleurs. Quand on évoque les musiques africaines, il faut bien comprendre que c'est une multiplicité de musiques différentes. Car dans le Nord, le Sud, l'Est et l'Ouest, chaque région du continent a ses propres instruments, rythmes et sonorités spécifiques qui les caractérisent; et souvent on retrouve cette variété au sein même de chaque pays pris isolément. Au lieu de « musique du Mali », on pourrait par exemple parler de la musique mandingue du Mali, de la musique songhaï du Mali ou de la musique peulh du Mali. Mais bien que cela puisse refléter la diversité des expressions musicales au niveau de chaque pays, cette manière de nommer les choses reviendrait à avoir de multiples étiquettes qui ne répondent pas à l'objectif d'un rayonnement commercial; c'est sans doute la raison pour laquelle les marchands ont fait le choix d'une étiquette ou d'un *branding* unique pour rassembler tout un monde de musiques, quitte à effacer leurs diversités par une appellation trop générique.

Au sujet de la catégorisation proprement dite, il y a une tendance à distinguer deux grandes catégories : des musiques qu'on qualifie de « savantes » et des musiques folkloriques. J'aimerais m'attarder sur cette deuxième catégorie. En effet, la musique folklorique se décline à travers des sous-genres qui puisent leurs racines dans une sorte de fertilisation entre la tradition orale, les œuvres lyriques et les chansons traditionnelles exprimant quelque chose sur un mode de vie qui existe actuellement ou qui a existé dans le passé ou est sur le point de disparaître. Si certains artistes, compositeurs ou paroliers favorisent les musiques qui parlent à notre conscience (des musiques qui mettent le doigt sur des problèmes de société que ce soit à l'international, ou à un niveau très local), certaines de ces musiques restent néanmoins ancrées dans le registre du divertissement et sont dépouillées d'une véritable fonction sociale. De même, on peut tomber par exemple sur des titres ou des chansons issues de la riche tradition musicale mandingue et qui sont joués lorsqu'une est guerre est déclarée entre différents groupes ethniques ou pour réconcilier des peuples et faire l'éloge de la paix et de la cohésion sociale. Aujourd'hui, certains artistes guinéens ou maliens reprennent certains de ces titres comme source de divertissement, hors de leur contexte originel/historique et loin de la fonction socio-culturelle qu'elles sont supposées incarner. Ce faisant, ces artistes ont parfois le mérite de créer, à travers des paroles d'une beauté mélodieuse et poétique, un lien entre le passé et ces musiques qui font partie de l'héritage et du patrimoine culturel propre à certaines régions ou localités.

Les musiques dites du monde ont ceci de commun avec les musiques folkloriques ou traditionnelles qu'elles s'inscrivent toutes dans cette même visée de décrire des faits, de raconter des histoires, de participer à la transmission d'un savoir intergénérationnel, ou de passer des messages politiques à travers des revendications identitaires et sociales. Lorsqu'un musicien comme Tiken Jah Fakoli raconte l'histoire généalogique des Fakoli jusqu'au Général de l'armée de Soundiata, sa musique remonte jusqu'à trois siècles et joue une fonction historique de passeur de savoir.

Cependant, le fait de noyer toutes les musiques dans un même territoire avec l'appellation « musiques du monde », cela réduit la visibilité et l'accessibilité de cette riche diversité musicale. Même certains chercheurs et ethnomusicologues qui se sont intéressés à des musiques

traditionnelles qui ont une racine culturelle profonde, notamment la prestigieuse collection OCORA ont fini par céder à la tentation de les identifier et de les catégoriser comme « musiques du monde » et pour moi c'est un non-sens.

Avec mon complice de scène, Vladimir Cagnolari, dans *L'Afrique enchantée*, lorsque nous avons retrouvé en Amérique du Nord, en Amérique latine ou dans les Caraïbes, des traces culturelles de certaines musiques dont les racines sont parties de l'Afrique, nous avons préféré les renommer « *l'Afrique hors de l'Afrique* » plutôt que « musiques du monde ». Nous sommes par exemple partis du blues pour retrouver le candomblé, une musique rituelle afro-brésilienne pratiquée à Salvador de Bahia (mais aussi ailleurs au Brésil) et qui tire ses inspirations du vaudou béninois avec tous les mêmes rituels, avec les mêmes divinités, les mêmes accessoires, les mêmes esthétique vestimentaires. Tu descends dans les caraïbes à Cuba, tu retrouves la même musique renommée Santeria, mais qui garde exactement les mêmes racines du vaudou, et particulièrement ses rythmes reconnaissables et ses sonorités comportant des influences jazz, salsa et rap, mais aussi aux chorégraphies populaires.

### ***L'héritage des « musiques du monde » pour les nouvelles générations conscientes de musiciens africains***

Sans vouloir dédouaner les nouveaux acteurs, les nouvelles générations de la création musicale sont aussi victimes du système de consumérisme, du *bling bling*, de la quête du gain rapide. Tous les médias mainstream ne montrent que des images et des vidéoclips dans lesquels on voit beaucoup d'argent, des voitures rutilantes, de belles femmes, de grosses fêtes. Malheureusement à force d'être exposés à cela, les jeunes n'ont que cela comme repères, ce qui peut changer aussi leurs manières de penser, de se comporter en société, leur système de croyances et de valeurs.

69

Comme le disait Fela Kuti la musique est une arme (« *Music is a weapon* »). Cette arme n'est pas pour guerroyer ou pour tuer les gens ; il s'agit d'une arme pour nourrir nos consciences, une arme pour nous transmettre les connaissances de nos ancêtres, pour faire évoluer les mentalités et pour nous aider à lutter contre les injustices, par rapport à nos politiques publiques, notre développement culturel, le développement de nos sociétés, etc. Il y a, heureusement, des jeunes musiciens de la relève dans les pays du Sud, qui forment une génération consciente, et qui font de leur musique une courroie de transmission du savoir ancestral ou qui transmettent des messages importants, nous interpellant sur notre passé, notre avenir, le vivre-ensemble, la solidarité, le fonctionnement des institutions politiques de nos pays, la corruption, etc.

On peut également se réjouir du succès transfrontalier des musiques urbaines africaines, partis des mouvements tels que le zouglou en Côte d'Ivoire, l'Afrobeat du Nigéria, l'Afro-rap (du Congo à Paris, en passant par Libreville et Dakar), ou encore la musique éthiopienne d'influence jazz que certains ont jugé bon de classer dans un nouveau sous-genre dénommé Éthio-jazz, et dont on retrouve des disques dans les rayons éponymes de la FNAC à Paris.

### ***Les plateformes comme vitrines de découvrabilité musicale (au-delà de la radio)***

Le constat que je fais de par mon expérience d'une vingtaine d'années en tant que journaliste culturel à la radio en France, c'est que même les radios du service public sont en train de se laisser gagner progressivement par le culte de l'audimat. Et puisqu'elles cherchent maintenant à faire le plus d'auditeurs possibles, ils ont tendance à proposer le prêt-à-consommer, qui ne nous impose pas de réfléchir pour comprendre un programme musical. Le divertissement prend hélas encore le dessus sur le rôle d'éducation que doivent jouer les médias tradition-

nels. Par rapport à cela, les radios nationales ont perdu un peu de leur crédibilité d'antan. Du coup, les jeunes artistes et musiciens ont compris que c'est sur la toile qu'ils doivent aller pour faire la promotion de leurs œuvres. Il leur suffit de mettre en ligne une vidéo aujourd'hui et trois jours plus tard cela peut leur rapporter 500 000 vues (voire plus), en provenance d'un peu partout dans le monde. C'est un potentiel de visibilité incroyable qu'offrent les plateformes de musique en ligne. C'est d'ailleurs ce qui illustre, entre autres, le succès phénoménal de la jeune Aya Nakamura qui est restée longtemps en tête du palmarès de l'artiste francophone féminine la plus écoutée sur Spotify dans le monde entier, avec plus de 20 millions d'auditeurs mensuels.

Je fourmille d'idées en lien avec tout projet de création d'une véritable vitrine en ligne pour raconter et valoriser les musiques africaines et les musiciens qui la font. C'est une mission civilisatrice que de célébrer cette riche diversité de talents musicaux d'Afrique, une Afrique qui parle d'elle au monde entier en chansons. C'est ce que nous avons commencé à faire avec Vladimir en essayant à travers l'émission radiophonique *L'Afrique enchantée* de raconter une autre Afrique, différente de l'image que s'en font les Européens, soit le continent de la misère, de la dictature, des maladies, de la famine et qui a besoin de l'aide du monde entier. Nous racontons et rendons découvrable l'Afrique des résistants et des résilients, des intellectuels, des poètes, des artistes, et surtout des musiciens. Parce que, en Afrique, toute la vie sociale, politique, légendaire, symbolique, mythologique, s'est toujours racontée à travers la musique.



## 4.6.

**Kiya Tabassian, virtuose internationalement reconnue du sétar avec l'ensemble Constantinople et passeur de mémoire**

*La liberté de rester hors-catégorie pour mieux ancrer sa créativité dans ses racines*

En tant qu'artiste, je refuse toujours et je refuserais toujours de me catégoriser parce que ça va à l'encontre du processus de développement artistique. Vous savez le processus créatif veut toujours évoluer. Donc avec la catégorisation, c'est comme quand on nous met dans une boîte et qu'on nous enferme là-dedans. On nous empêche d'évoluer. J'ai quand même un début de carrière qui date d'un quart de siècle : cela fait à peu près 20-25 ans que je suis actif dans un milieu, dont je vois aussi les enjeux évoluer et de nouveaux enjeux émerger. Mais la découvrabilité, n'est pas en soi un nouvel enjeu. Le concept est peut-être nouveau et à la mode. Mais le phénomène auquel il réfère a toujours existé. La découvrabilité pour un artiste, c'est comment il communique son existence à autrui afin que les gens découvrent son savoir-faire, son art.

C'est important des fois de mettre des étiquettes sur certains styles pour aider les autres justement à vous repérer. En soi, ce n'est pas pour l'artiste. C'est d'abord pour l'autre, pour qu'il comprenne mieux de manière globale ce que l'on peut ou sait faire, en tant qu'artiste. Moi je suis Iranien d'origine, né à Téhéran et j'ai immigré ici à Montréal à l'âge de quatorze ans. Je considère que culturellement, je suis le fruit du mélange d'une bonne partie de ma vie canadienne/québécoise et de mes racines iraniennes. Mes racines, je les préserve et les conserve de manière très précieuse, dans la mesure où un artiste c'est à l'image d'un arbre. Si les racines sont pourries, l'arbre tombe. Même plus grand arbre qu'il soit, si ses racines pourrissent il ne va pas tarder à tomber. C'est cette image là que j'ai toujours eue par rapport à ce que je vais faire.

Mes racines qui sont ancrées dans la tradition persane, je les entretiens. Car, pour moi, l'authenticité reste primordiale dans notre démarche artistique. C'est trivial de rester fidèle et de respecter (comme on respecte nos aînés, nos grands-parents) cette tradition qui nourrit la sève de notre créativité en tant qu'artiste. Cela n'empêche pas d'innover, de créer des choses nouvelles et d'aller explorer de nouvelles avenues. C'est ce que j'ai fait en fondant l'ensemble Constantinople, dont j'assume la direction artistique aussi depuis 20 ans; et dans toutes mes créations ce désir de rencontrer d'autres cultures musicales, d'autres artistes d'autres musiciens, aller cher les manuscrits anciens du moyen-âge ou de la renaissance, travailler avec des artistes contemporains; tout cela constitue des avenues quasiment infinies que j'explore et que je continuerai à explorer. C'est pour cela que je n'aime pas me mettre dans une case, parce que si pendant une période je travaille sur la musique de la Renaissance, on va me coller une étiquette comme quoi il fait de la musique du moyen âge.

### ***De l'importance de faire passer des messages subtils à travers son art, qui soient le reflet de son authenticité créatrice***

La musique c'est le reflet de la personnalité de chaque musicien. Pour un créateur, son art est le reflet de son intérieur. Le message qu'un artiste peut faire passer ne doit pas nécessairement être d'origine culturelle. Le message que je véhicule à travers mon art se reflète dans mon être et doit refléter mon âme artistique. C'est naturel. De toute façon comme je viens de cet univers-là, quand je fais un concert même si c'est la musique baroque ou si c'est un projet avec un sénégalais, même si on joue la musique mandingue, la musique mexicaine, la musique espagnole, ma couleur personnelle va transparaître. Je ne peux pas le cacher, ça fait partie de moi.

En tant qu'artiste musicien, je place la recherche de la finesse et le souci du détail au cœur de ma démarche de création, de telle sorte que la qualité et la réception de mes œuvres puissent s'accompagner d'une puissance évocatrice pour mon public. Aujourd'hui, dans notre société contemporaine et dans notre vie de tous les jours, je trouve qu'il y a un manque de profondeur et on est beaucoup dans la superficialité. On passe très vite au travers des choses, on lit rapidement, on écoute rapidement, tout va très vite, cela empêche d'aller en profondeur. En tant que musicien, si je dois me donner une sorte de rôle à jouer, un message à passer, je le ferais passer de façon subtile pour que l'auditeur le reçoive de manière quasi inconsciente.

### ***Le Centre des musiciens du monde, espace d'innovation artistique et de médiation culturelle et de rencontre avec les cultures et « musiques du monde »***

Le Centre des musiciens du monde, c'est en quelque sorte un cheminement de certaines idées qui avaient germé dans mon esprit depuis un bon moment. C'est un ensemble de préoccupations et de besoins que je ressentais. Juste pour vous résumer, j'ai d'abord fondé Constantinople il y a une vingtaine d'années (en 2001). Constantinople a développé de nombreux projets et activités de création, de production, de tournée et de discographie de l'Europe à Hong Kong, en passant par Dakar et le Mexique, dans un esprit de métissage musical. Nous avons travaillé très fort, mais aussi, j'ai eu cette chance de rencontrer des gens qui étaient sur mon chemin et m'ont aidé à parcourir un chemin assez intéressant et, donc il y a plusieurs années, j'ai constaté qu'il y a beaucoup d'autres musiciens comme moi qui voudraient créer, faire beaucoup de choses, passer plus le temps à créer, à définir leur projet, à transmettre leur savoir-faire, mais qui n'avaient pas d'infrastructures réelles nulle part. Il n'y avait nulle part où aller frapper une porte pour voir quelqu'un leur venir en aide. C'est ainsi qu'a commencé à germer l'idée de créer un lieu pouvant permettre à tous ces musiciens professionnels de différentes origines, présents ici au Québec et qui veulent réaliser des projets professionnels de création/production, de pouvoir se retrouver afin de mutualiser leurs ressources, leurs pratiques, de s'inspirer et de s'enrichir de



leurs expériences respectives et variées. C'était un rêve que je caressais et cela a évolué vers un besoin palpable que je ressentais et qu'il fallait concrétiser. Et il y a un peu plus de cinq ans, j'ai rencontré un ami et un collègue Frédéric Léotard, professeur-chercheur et ethnomusicologue.

Lorsque je lui ai partagé il y a six ans l'idée d'avoir un lieu commun à Montréal, c'était très intéressant parce que lui aussi avait des idées très semblables : moi, en tant que praticien et compositeur, quelqu'un qui avait déjà la main dans la production, on a trouvé qu'on était vraiment complémentaire. C'est donc avec lui que nous avons cofondé ce Centre de musiciens du monde, qui est encore très jeune (on célébrera notre cinquième année l'automne prochain, mais le Centre a déjà un très beau parcours). Au début, on a hésité entre Maison des « musiques du monde » ou Centre des musiciens du monde. Mais on a finalement tranché en faveur de centre des musiciens car on voulait rester fidèle à l'idée d'un lieu rassembleur pour les musiciens. On ne voulait pas mettre les musiques même en avant parce qu'elles le sont de fait. Notre raisonnement consistait plutôt à mettre en valeur les musiciens derrière les « musiques du monde ». C'est les musiciens qu'on veut soutenir à travers leurs musiques, parce que c'est le musicien qui fait aussi le lien avec « monsieur/madame tout le monde », avec les enfants, les jeunes et moins jeunes. Donc on place le musicien au cœur de l'action et du mandat du centre.

Les activités du centre comportent plusieurs volets. D'abord, il y a la création ! On offre des résidences de création. Ayant moi-même fait une cinquantaine de créations jusqu'à présent, je sais un peu comment ça fonctionne et ce dont le musicien a besoin durant son processus de création. On a essayé de mettre tous les éléments sur la table, l'un à côté de l'autre pour que le musicien qui souhaite faire une résidence ait les meilleurs outils à sa portée pour le faire. Donc on leur offre une cinquantaine d'heures de répétitions. Toutes les répétitions sont rémunérées (rémunération extra pour le créateur/porteur du projet). On offre également un accompagnement artistique et un accompagnement logistique. On documente leur travail aux niveaux sonore et visuel. La création est produite pour le public durant notre festival. Donc, il y a une création réelle sur scène et ensuite une documentation audiovisuelle une fois le travail de création terminé. Si nous jugeons que c'est un travail accompli, on accompagne encore l'artiste pour au moins deux années afin qu'il fasse tourner le spectacle. Il y a une collection de disques que le Centre possède maintenant à son actif, et qui inclut quatre disques sortis. On a des projets qui se concluent par la sortie d'un album enregistré une année après la résidence. C'est vraiment un package complet pour propulser un projet à l'extérieur des murs du centre. Donc, le musicien vient faire son projet au centre, mais par la suite, on l'aide aussi à se propulser sur la scène internationale. On a également des classes de groupe, dont une chorale balkanique et une autre arabo-andalouse, adoptées par une population aux origines et aux âges variés.

C'est un centre dont les portes et les fenêtres sont grandement ouvertes, Toute expression musicale qui vient de n'importe quel pays ou tradition est accueillie et valorisée. En tant que directeur artistique du centre, le seul élément que je recommande fortement aux musiciens qui viennent travailler ici, c'est de rester le plus que possible fidèle et en harmonie avec l'acoustique de leurs instruments. Je n'ai rien contre les technologies. Si un projet implique le traitement en temps réel avec l'ordinateur, je n'ai pas de problème avec cela ; mais j'encourage encore plus les musiciens qui jouent des instruments souvent centenaires voir millénaires, dépendamment des traditions. Je les amène encore à aller davantage dans la profondeur des choses et d'aller d'abord comprendre et incarner les origines de la musique qu'ils font, afin de mieux s'en inspirer et que cela nourrisse leur créativité en matière de composition.

C'est dans ce sens que je parle d'une véritable quête d'authenticité. Je veux que le musicien soit original et créatif. Par exemple, l'instrument que moi je joue c'est le sétâr, c'est un instrument

de musique iranien dont le nom signifie «trois cordes» en persan. C'est un instrument qui a une lutherie fine et qui fait partie de la famille des luths à manche long. Il produit un son acoustique particulier. Si je branche et l'utilise comme si c'était une guitare acoustique, j'anéantirais au moins 50 % de l'originalité de cet instrument. J'encourage donc ici les musiciens à travailler avec le vrai son de leurs instruments. Et en soi, cela donne tout de suite une orientation ou nue direction qui fait que tous les musiciens qui passent par ici et font des créations ici mettent ce sceau d'authenticité sur leur projet, en développant cette plus-value en termes d'originalité acoustique. Pour moi lorsqu'on parle de la musique, on parle avant tout de son.

Parler du son revient à parler du vrai son acoustique, une corde qui se fait vibrer par le doigt du musicien et qui produit cette vibration-là dans l'air. Maintenant, chaque instrument a ses sonorités, chaque culture ses instruments, essayons de découvrir et de comprendre ces cultures, d'appriivoiser l'histoire, les caractéristiques et sonorités particulières de chaque instrument, et à partir de là créons des œuvres qui soient uniques et authentiques !

### *La catégorisation et le mainstream versus la découvrabilité des musiques issues de différentes traditions et cultures du monde, par un public diversifié*

Je viens d'une tradition qui est extrêmement riche. Toutes les traditions sont riches, c'est ça qui est magnifique. Aujourd'hui, on a besoin des gens qui relient notre société actuelle à des traditions qui avaient des choses à dire. Et toute personne a la responsabilité d'aller fouiller dans son passé, l'histoire de ses ancêtres, la mémoire de ses ancêtres et faire le lien avec le présent. C'est en ce sens que moi quand je fais ma musique de prédilection ou même quand je fais un travail sur la musique du Mexique ou de la Corse, chaque tradition que j'approche un peu et que j'explore me permet de découvrir l'immensité de la diversité des expressions culturelles et artistiques d'un pays à l'autre, à travers le monde. J'aimerais à ma manière partager et transmettre le plus que possible mes connaissances sur ces « musiques du monde » à la société dans laquelle je vis, à mon public, à mes auditeurs, à mes proches.

Le public qui peut potentiellement découvrir et s'intéresser à ces musiques est très large, en termes de diversité de goûts. Et de catégoriser ces musiques sous une seule étiquette revient en quelque sorte à chercher à uniformiser ses goûts, tout en réduisant le spectre de découverte pour chaque type de musique spécifique.

Par exemple, avec le centre des musiciens du monde, on a des projets qui sont diversifiés et chaque projet porté par le centre a une histoire qui est portée à son tour par des musiciens. L'origine de ces musiciens est importante par rapport au public-cible qu'il veut rejoindre. C'est sûr qu'il y a un public curieux et ouvert d'esprit qui aime et s'intéresse à ce qu'on fait, mais ce n'est pas le très grand public. Étant donné que nous n'inscrivons pas notre travail dans une visée commerciale et qu'on nous assigne vite une étiquette qui renvoie dans un registre de musiques des traditions du monde, on reste sur de petites avenues et on ne nous fait pas circuler sur les grandes autoroutes de la musique mainstream jouée à la radio dans le but de plaire à tout le monde.

La catégorisation a pour effet de nous faire emprunter des rues transversales, disons des petites ruelles, qui ne sont pas connues de tout le monde et où il y a peu de trafic. Mais c'est quelque chose que nous assumons. Car le public qui nous intéresse est un public qui s'intéresse déjà aux genres de musique que nous faisons et ce public peut lui aussi emprunter des petites ruelles pour venir à notre rencontre et nous découvrir car il sait d'avance par exemple que ce n'est pas sur les radios commerciales qu'il va nous entendre jouer. Mais je crois aussi en la nécessité d'éduquer musicalement le grand public qui est abonné à la musique mainstream

ou à qui on n'expose que du mainstream. Car on a des chances qu'au moins 50 % de ces gens-là pourraient être intéressés à élargir leurs horizons, à découvrir et apprécier d'autres musiques si on leur apprend à développer un « savoir-écouter » de ces musiques. Il y a même là un enjeu important que cet apprentissage et cette découverte se fasse sans a priori de catégorisation de telle ou telle musique, mais qu'on laisse un côté intuitif à l'exploration et à la découverte dans une logique de transmission culturelle et patrimoniale permettant au grand public de créer ses propres références et préférences sans établir d'hierarchies culturelles entre les différentes musiques qu'on lui donnerait envie d'écouter ou qu'on lui apprendrait à aimer. Le vrai problème et la vraie question, c'est de savoir par quelle stratégie et comment s'y prendre pour aller chercher au moins ces 50 % d'auditeurs des musiques populaires et mainstream qui pourraient être intéressés ou qu'on pourrait intéresser à d'autres types de musique moins connues, moins populaires. Parfois ce grand public ne sait même pas que d'autres types de musique existent tellement qu'on les a habitués à n'écouter que la même chose tout le temps.

### ***L'environnement numérique et ses effets sur la diffusion, la circulation et l'accessibilité des « musiques du monde »***

Les plateformes numériques deviennent incontournables pour l'accessibilité des musiques. C'est un fait et une tendance qu'on ne saurait contredire ! Je pense qu'il faut prévoir des stratégies de promotion des œuvres qui soient larges, et pas uniquement via les plateformes numériques. L'exposition et la visibilité des musiciens du monde doit s'appuyer sur une amplification de leur présence dans différentes sphères médiatiques (incluant les supports ou canaux de diffusion et de distribution numérique). Mais malheureusement, au niveau des médias ces temps-ci (médias traditionnels, médias sociaux, médias numériques), on ne parle que de la pandémie, des virus, des maladies et des histoires qui y sont reliées. On parle peu de musiques, des musiciens.

75

Au niveau de Constantinople et du centre des musiciens du monde, on réfléchit sur notre positionnement dans le monde numérique afin d'augmenter notre découvrabilité, trouvabilité. Après, on arrive à obtenir des conseils et des analyses/études faites par des consultants (toute sorte de consultants et de spécialistes de différents domaines, notamment en communication et marketing digital). En discutant avec ces personnes-ressources, on arrive à ressortir certains mots-clés qu'on privilégie pour décrire nos œuvres et faciliter leur indexation, leur référencement et leur réparabilité en ligne (surtout via les moteurs de recherche). Et on met plus en valeur certaines de nos créations ou de nos publications en ligne avec des Google Ads. Maintenant, il faut voir si toute cette stratégie-là fonctionne et nous donne des résultats. C'est sûr qu'avec le centre des musiciens du monde, on a privilégié de cibler certaines aires géographiques (ou géoculturelles) et ça ce n'est pas par choix artistique. C'est plutôt par choix éditorial, plus dans une approche marketing de mise en marché, justement pour que le potentiel ou les chances de découvrabilité en ligne de certaines de nos créations puissent être plus élevées par rapport à tel pays ou tel public.

Personnellement je ne suis pas un grand consommateur des plateformes numériques de diffusion et d'écoute de musique en continu. Je n'écoute pas la musique sur Spotify nécessairement ; mes enfants oui. Par rapport aux échanges avec le consultant avec qui je travaille, il me semble avoir compris que Spotify c'est sûr que ce qui les intéresse, c'est le mainstream. Ce sont les grandes autoroutes où il y a de l'achalandage parce que c'est là que ça les intéresse : selon leurs modèles d'affaires, ces plateformes ne font véritablement de profit que lorsqu'il y a du monde qui s'abonne et qui utilise leurs services et leur souci une fois que vous êtes sur leur plateforme et que vous y écoutez de la musique par exemple, c'est que vous restez captifs le plus longtemps

que possible et que vous restez sur la plateforme afin qu'ils puissent monétiser l'audience par la publicité entre autres. La question qu'on se pose quand on est dans le registre d'une musique plus de niche (que mainstream), c'est de savoir comment faire pour rejoindre ces achalandages. Comment faire pour être présents sur les points d'entrée du catalogue là où il y a le plus de visibilité, là où il y a le plus d'auditeurs ? Comment profiter du flux d'écoutes pour générer de la visibilité et des écoutes ?

Des fois, ils font des listes de lectures par thèmes ou de temps en temps ils choisissent selon les nouveautés un titre de chaque artiste et si t'es chanceux, un de tes titres va faire partie de leur liste de lecture. Pendant la durée de cette liste de lecture qui peut être de 6 ou 9 mois jusqu'à un an au maximum, cette pièce musicale unique de tout ton album, par exemple il peut générer 500 000 ou un million d'écoutes (mais seulement une pièce). Une fois que on sort ton titre de cette liste de lecture, tu retombes à 100 ou 150 écoutes. Il n'y a vraiment pas de développement de public sur du long terme et ça n'aide pas les artistes à se développer. Si en tant qu'artiste on veut vraiment se développer sur ce plateformes-là, il faut construire une base de *fans*, une base de gens fidèles qui vont vraiment aimer ce que tu fais et qui vont te suivre. Et quand tu sors un album, ils vont l'écouter au complet, ils vont le réécouter plusieurs fois, ils vont le partager, et ils viendront aussi t'écouter en concerts ou en spectacles, etc. C'est cela la vraie stratégie sur laquelle il faut miser et c'est ce que nous faisons par exemple avec Constantinople pour développer un public à partir d'une communauté engagée de *fans* qui s'abonnent à nos concerts. Et cette stratégie se fait de manière complémentaire hors-ligne et en ligne.

Avec Constantinople, dès la première année, nous avons lancé une saison de concerts à Montréal. Dès notre première saison en 2001, on avait décidé qu'on allait présenter 4 concerts toute l'année (en février, avril, octobre et décembre) auxquels les gens pouvaient assister selon une formule d'abonnements. On est ainsi tout de suite rentré dans un modèle d'affaires que le monde du spectacle occidental/européen a créé depuis les 50-60 dernières années. Et assez rapidement ça a marché et on a pu développer un public. Pour la première saison, on avait peut-être entre 150 et 300 personnes dans les salles, dépendamment des concerts. Mais à partir des 2ème, 3ème et 4ème saison, on était monté rapidement à 500-600 personnes qui venaient dans nos salles. On a ainsi développé un public qui a grandi, qui s'est fidélisé et qui nous a suivi pendant plusieurs années, en venant à tous nos concerts. C'est un peu ce même modèle qu'il faudrait essayer de développer via les plateformes numériques, avec des auditeurs potentiels qui sont partout dans le monde. Parce que nos concerts étaient à Montréal, donc c'est un public qui venait essentiellement de Montréal et des alentours, mais sur les plateformes numériques, notre public peut être partout : En Inde, en Afrique, en France, en Angleterre, au Brésil, etc. Il faut peut-être commencer en visant aussi un petit monde (de 150 à 200 personnes) et ensuite essayer d'élargir ce public.

Avec la pandémie, on a quand même fait quelques productions numériques pour le présenter à notre public. Bien que croyant dans le potentiel de découvrabilité et de développement de public à faire sur les plateformes numériques, je commence à tirer quelques conclusions de mes premières expérimentations : En ligne, les gens sont beaucoup devant leurs écrans; ils sont habitués à écouter des choses rapidement; ils sont habitués au live sur Facebook ou Instagram (et maintenant sur Tik Tok), où on passe vite d'un mouvement de doigt à la prochaine vidéo. Donc lorsque les productions sont mises en ligne gratuitement, elles sont plus accessibles et vite consommées. Par exemple, lorsque nous mettons certains de nos contenus gratuitement disponibles sur YouTube, ils atteignent rapidement les 10 000, 15 000, 40 000 vues. Mais cela ne nous dit pas combien de temps les gens ont passé sur ces contenus. C'est peut-être 3, 5 ou 10 minutes maximum. Pour ceux qui aiment vraiment, ils vont peut-être écou-

ter toute une représentation au complet. Dès qu'on met ces contenus en vente, peu de gens l'achètent et peu de gens sont prêts à payer pour les visionner. Pourquoi? Parce que ce n'est pas dans la mentalité numérique.

La mentalité numérique c'est passer vite dessus. C'est passer 5 ou 10 minutes, même si le concert intégral dure une heure. Ou bien, on regarde 5 minutes; on prend une pause et ensuite on revient dans une demi-heure pour écouter encore 5 autres minutes. Parfois, je suis surpris de constater que les gens cliquent par exemple beaucoup pour consulter la bande annonce d'un spectacle. Mais sur 5 000 personnes qui ont vu la bande-annonce en ligne, il n'y a finalement que 100 billets vendus. Et ce n'est pas la faute à la proposition. La proposition en soi est intéressante. Le contenu est bien produit et donne envie d'être consommé; ce qui explique d'ailleurs l'engouement suscité par la bande annonce, mais au final le produit final en tant que tel n'est pas consommé parce que les gens sont réticents à s'engager en ligne. Lorsque tu acceptes de payer pour accéder à un contenu, c'est vraiment comme un engagement que tu prends à l'écouter tout au complet (ne serait-ce que pour ne pas avoir l'impression d'avoir perdu de l'argent). Malheureusement, il y a beaucoup moins de gens qui font cela, parce que la culture du Web, c'est un peu la culture de la gratuité. Par ailleurs, en termes d'expérience, il y a encore beaucoup de gens qui préfèrent aller écouter un concert ou un spectacle en live; et très peu qui vont préférer s'asseoir dans leur salon durant 1 heure ou 1 heure et demie, scotchés à leurs écrans (même si avec l'annulation des concerts et la fermeture des salles de spectacles, la pandémie a un peu contraint plus de monde à se contenter des *livestreaming* qui sont devenus un véritable phénomène en termes de mode d'écoute, mais je pense que ce ne sera pas une tendance sur le long terme).

77

L'autre problème avec la production numérique, c'est qu'elle est très exigeante. Il faut que ton contenu soit vraiment très bien filmé, avec une belle esthétique visuelle et sonore (la qualité du son est très importante, mais aussi de belles images captées par des caméras haute définition, 4 k, etc.). Lorsque ces exigences et ces qualités n'y sont pas, cela peut constituer une barrière à la mise en avant, à la découvrabilité ou la consommation de ton contenu. Et même s'il était découvrable, les gens ne s'attarderont pas là-dessus et vont zapper pour visionner ou écouter autre chose. Toujours est-il qu'on a beau essayé que le contenu réponde à des critères et des standards/formats de haute qualité en termes de production et de diffusion, la majorité des gens regarderont cela sur leur petit ordinateur portable ou sur leur téléphone ou leur iPad vieux modèle, avec le risque d'avoir une piètre qualité du son en sortie. Ce qui altère la qualité de réception de ton œuvre et peut affecter négativement l'expérience-utilisateur. L'idéal serait que tout le monde ait des écrans géants chez eux avec un bon système de son, et l'Internet haute vitesse, mais on sait qu'il y a encore une importante fracture numérique (avec des inégalités en termes d'accès et d'équipement numérique au sein des foyers québécois) que la pandémie a d'ailleurs mis en exergue.

Comme mot de fin, je dirai que la découvrabilité des « musiques du monde » ne devrait pas forcément passer par des mesures telles que des quotas (qui reviendrait un peu à forcer les gens ou leur imposer un genre musical). Je crois que cela doit beaucoup plus passer par l'éducation, l'information et la sensibilisation par rapport à toutes les personnes du grand public qui ne connaissent pas ces musiques. Généralement, dès qu'on leur permet d'expérimenter une première écoute, c'est rare qu'elles y restent indifférentes. Il y a souvent comme un éveil, un déclic qui s'opère à partir de cette découverte musicale et il faut capitaliser sur le premier contact du public avec ce genre de musique. Une fois qu'on a établi cette première rencontre, l'alchimie s'opère toute seule. Il faudrait s'appuyer sur les plateformes numériques pour réussir cette mission de vulgarisation et d'éducation à la prise en compte de la diversité dans l'écoute musicale, surtout chez les jeunes. J'y vois toute la nécessité de faire un arbitrage et de parvenir

à un équilibre judicieux entre la préservation d'un patrimoine culturel/musical de l'humanité (préservation et promotion de certaines traditions et pratiques musicales considérées comme pures et authentiques) et le fait d'encourager l'expérimentation des rencontres interculturelles (avec les découvertes, coup de cœurs et métissages culturels/musicaux que peuvent engendrer ces rencontres, puisque même les pratiques dites pures sont en évolution, en transformation et en renouvellement).

#### 4.7. Ramon Chicharron, multi-instrumentiste montréalais dont la musique aux influences latines et caribéennes transmet l'amour pour ses origines



Crédit photo : Charles-Olivier Bourque

78

Je suis Ramon Chicharron, artiste montréalais d'origine colombienne. Je suis arrivé au Canada (en Ontario) en 2002 et j'ai tout de suite eu la chance d'habiter en colocation avec un musicien colombien. J'ai commencé à jouer la percussion avec lui, parce que j'avais joué un peu de percussion en Colombie quand j'étais encore à l'école secondaire. C'est donc en rejouant à la percussion que j'ai finalement décidé de développer davantage mes talents musicaux. En 2005, j'ai déménagé à Montréal, en pleine période estivale. Je me rappelle que j'étais assez impressionnée qu'il y avait autant de festivals dans une seule ville, puisque là où je vivais en Ontario, il n'y en avait qu'un seul. En 2007, j'ai commencé à faire les soirées latines dans un petit bar qui s'appelait l'Escalier (en face du Parc Emilie Gamelin) et c'est devenu un rendez-vous dominical. Tout le monde se rassemblait dans ce petit bar pour danser la salsa, la cumbia. Ma découvribilité reposait beaucoup à l'époque sur le « bouche à oreille », car les gens partageaient l'information de manière virale sur mes prestations. Cette aventure live a duré trois ans, avec des soirées underground où je me suis fait une renommée et j'ai progressivement commencé à me faire connaître et à fidéliser mon public.

### **Métissage musical : Entre fusion, réinvention et réappropriation**

Ma musique est teintée de multiples identités liées à une grande variété de genres musicaux. Elle tire sa source de différentes influences liées à mes origines colombiennes et latines, mais s'inspirent aussi des musiques et rythmes d'Afrique de l'ouest et d'Afrique centrale. En Colombie et sur la côte Caribéenne en général, on écoute beaucoup de styles musicaux qui rappellent le soukous et la rumba du Congo (Congo Kinshasa et Congo Brazzaville). C'est le cas par exemple de la « *champeta* » (aussi appelée « *champeta africana* »), originaire de Cartagena, l'une des musiques les plus populaires de la côte *caribeña*, dont les racines remontent aux années 1970, au moment où les marins de Cartagena retournaient à la côte chargés de disques de musique africaine, tel que le *soukous*. Ce qui est vraiment intéressant à noter, c'est qu'il y a une nouvelle génération de jeunes musiciens colombiens qui contribuent à moderniser les musiques populaires et traditionnelles, en fusionnant des genres anglo-saxon comme le rock, la pop, le jazz et l'électronique avec des musiques plus autochtones. Ce qui donne les *Nuevas Músicas Colombianas*. Ce nouveau mouvement a réussi à mélanger les rythmes d'Afrique avec des musiques traditionnelles colombiennes, en y insérant des influences électroniques pour les rendre davantage modernes et urbaines.

Ma démarche artistique s'inspire beaucoup de ce mouvement de métissage. Je conçois ainsi ma musique comme une véritable invitation au voyage et l'expression d'un désir de vivre plus simplement, dans un monde sans frontières culturelles. Mon dernier album, « *Pescador de sueños* » (qui se traduit par pêcheur de rêves) incarne un peu ce rêve d'un mélange des identités, cet alliage des genres, avec un amalgame de cumbia, de champeta, de salsa et de rap latino ainsi que des touches d'hybridation chaleureuse entre tradition et modernisme, notamment le mix de l'électro avec des percussions africaines. Par exemple, dans *Mi querer*, un des titres forts et une chanson très ensoleillée de l'album, nous jouons de la champeta, en nous inspirant du soukous.

En Colombie, même s'il y a une attraction forte pour des styles tels que le reggaeton ou la musique pop latino, la cumbia (rythme traditionnel mélangeant les musiques africaines et la culture autochtone amérindienne) est en train d'être réinventée et de renaître grâce notamment aux DJ qui la font découvrir aux jeunes générations. Actuellement, c'est la cumbia électronique (digital) qui est un peu à la mode et je m'en sers aussi comme source d'inspiration pour faire ma musique. J'y puise différentes variations et cadences au niveau de la structure rythmique de ma musique. Par exemple, j'utilise le beat reggaeton dans mes chansons, mais je le mélange avec la guitare du soukous et les petites percussions afro-colombiennes ; c'est comme si j'utilise le meilleur de chaque genre pour développer mon propre style et essayer de le populariser. Pour avoir le plus de visibilité, il faut savoir se démarquer et cela passe par le fait d'avoir sa propre démarche artistique qui soit assez originale.

### **Plateformes de streaming et découvrabilité de musique dite alternative**

Sur Spotify, ma musique est catégorisée comme musique latine alternative. En fait ils nous ont mis sur la liste de lecture « *Vibra Tropical* », qui rassemble les artistes latino-américains dont la musique s'affranchit d'une appartenance à un style musical spécifique (rock, pop, jazz, cumbia, etc.) ; en d'autres termes une musique qui regroupe de nombreuses influences musicales, sans pour autant que celle-ci s'enferme dans des codes spécifiques de genre. Donc, Spotify a créé une catégorie spécifique pour regrouper ce type de musique et c'est incroyable la quantité élevée d'écoutes qu'on est arrivé à avoir après avoir été mis sur la liste de lecture. Il y a plein de gens qui nous écoutent d'un peu partout du monde entier. On peut voir avec l'application de Spotify la provenance/localisation géographique de ceux qui nous écoutent. On a beaucoup

d'auditeurs surtout en Allemagne, en Belgique, en Grèce. C'est incroyable de constater par exemple que la chanson *Mi querer* a déjà atteint près de 240 000 streams (écoutes). C'est beaucoup, comparé aux albums précédents. Par exemple l'année dernière, les pays dans lesquels mon album était le plus écouté, c'était d'abord l'Espagne (3 800 écoutes); ensuite la France (3 700 écoutes); en troisième position il y a les États-Unis (avec 2 600 écoutes); l'Allemagne est quatrième avec 2 100 écoutes et le cinquième pays, c'est le Mexique avec 1 900 écoutes. Mais cela évolue et change chaque mois, car il y a des hausses d'écoutes lorsque je me produis dans certains pays ou que je donne des interviews à des médias/magazines internationaux, ou également en fonction de mon actualité musicale et de mes posts sur les réseaux sociaux. Même si les plateformes doivent faire encore d'importants efforts pour nous proposer une rémunération plus équitable (en augmentant la valeur monétaire de chaque écoute), moi je vois ces plateformes comme une opportunité pour accroître l'accessibilité et la découvrabilité de nos œuvres un peu partout. Il ne faut pas non plus oublier que la visibilité et la découvrabilité a un prix. Il faut pouvoir en tant qu'artiste intégrer cela et être prêt à mettre le prix qu'il faut pour favoriser la promotion, la mise en valeur et le rayonnement de sa musique par-delà les frontières. En dehors des plateformes et de l'environnement numérique, il est nécessaire aussi de développer une stratégie de découvrabilité hors-ligne. Dans mon cas, cela fait presque trois ans que nous essayons de miser sur le développement de ma musique en Europe avec le Womex (*World Music Expo*), un marché qui me donne l'opportunité de rencontrer des diffuseurs et organisateurs de festivals. Et cela commence par payer lorsqu'on se rend compte qu'il y a un public en Allemagne et en Europe qui commence à vraiment s'intéresser à notre musique. Par ailleurs, il importe aussi de pouvoir rentabiliser ces dépenses en matière de promotion, de visibilité et de développement de marché pour exporter notre musique, en faisant des gains financiers qui nous permettront de continuer à vivre de notre art, surtout à l'ère numérique.

80

De mon côté, je consacre plus de temps à la promotion digitale de ma musique. J'écoute beaucoup de podcasts sur l'organisation d'événements en ligne, via les réseaux sociaux et aussi sur le fonctionnement des listes de lecture et des algorithmes. Je pense que cela est très important lorsqu'on est dans une stratégie de développement des territoires, avant d'y aller physiquement conquérir de nouveaux publics. C'est d'autant plus important de s'y mettre maintenant vu que c'est la nouvelle donne avec laquelle nous devons désormais fonctionner. Sur Instagram, par exemple, on tente de développer un territoire actuellement et nous évaluons notamment le potentiel que pourrait constituer pour nous le Mexique, avec les trente-cinq millions de personnes qui vivent à Mexico City.

Je me sens en tout cas vraiment chanceux d'avoir beaucoup de visibilité, surtout avec la sortie et la promotion de mon dernier album. Radio Canada a beaucoup diffusé ma musique à la radio; j'ai aussi eu l'opportunité de faire un spectacle aux Francofolies (ça, c'était super bien pour la visibilité!). Notre visibilité pourrait sans doute être améliorée si on s'affranchissait du fait d'être enfermé dans la grande famille musicale des « musiques du monde », dans laquelle les spécificités de notre musique sont totalement diluées et pas assez valorisées pour attirer l'attention d'un grand nombre potentiel de personnes qui pourraient être intéressées à découvrir et consommer cette musique.





#### 4.8. Yassine Boudouch (Collectif Boulila), l'alchimiste vibratoire du gnawa-jazz ou l'art de manier le son mystique du guembri pour télé transporter les amateurs de musique fusion à Marrakech

Je suis Yassine Boudouch, chanteur, guitariste et joueur de guembri (un instrument classique de la musique gnawa) et membre du collectif *Boulila*, heureux lauréat de la 14e édition du concours Sily d'or. Je vous raconte ici la petite histoire de mon parcours artistique et les réflexions que m'inspirent les pratiques de catégorisation musicale et les enjeux de découvrabilité des musiciens de la diversité à l'ère des plateformes numériques.

##### *Trajectoire d'une découverte métissante de plusieurs genres musicaux*

D'abord, le virus de la musique m'a piqué lorsque j'étais adolescent et comme beaucoup d'adolescents, j'avais commencé à développer mon oreille musicale en écoutant tout genre de musique. J'écoutais du hip-hop, du métal, puis petit à petit je découvrais d'autres univers, d'autres styles et j'apprenais à être ouvert musicalement. À l'époque, je m'étais aussi initié à la guitare, en essayant de jouer les notes de certains de mes chansons préférées.

Lorsque j'ai découvert le jazz, j'ai compris que n'importe quel style pouvait être marié avec ce genre. Je ne veux pas offenser les puristes, mais je crois que les fusions permises par le jazz (que ce soit le reggae-jazz ou le funk-jazz) constituent des portes ouvertes sur des possibilités quasi infinies de créativité musicale. Mon intérêt pour le jazz m'a emmené aux États-Unis pour aller en comprendre les sources et explorer quelques collaborations artistiques. C'est là que j'ai compris que la musique *gnawa* (musique traditionnelle du Sud du Maroc dont le sanctuaire est la ville portuaire d'Essaouira) avait au-delà de sa filiation africaine des origines partagées avec le jazz, le blues, la Santeria cubaine, le vaudou haïtien et le candomblé brésilien.

Lorsque ma culture musicale est arrivée à maturité, je ressentais ce besoin pressant de revenir à mes racines. Parfois, on regarde toujours ailleurs et on essaie de s'inspirer de ce qui se passe ailleurs en oubliant tout ce qu'il y a chez nous et en minimisant le fait que nous pouvons aussi nous inspirer de beaucoup de nos racines pour tracer ou trouver des voix/es singulières.

Bien que j'adore le jazz et la diversité de la culture musicale américaine, je me suis dit à un moment donné que je ne voulais pas exceller que dans une seule chose et rester uniquement enfermé dans une catégorie. J'ai donc intuitivement compris qu'il y avait quelque chose en mariant les différentes cultures dans lesquelles j'ai évoluées et pour moi, ma démarche artistique devrait me permettre à la fois d'assumer mes racines et mon identité en les mixant avec toutes mes influences musicales (en particulier le jazz et le funk) pour créer quelque chose d'originale de transcendant.

C'est ainsi que je me suis retrouvé à faire du *gnawa-jazz*. Pour la petite anecdote, j'avais des vieux amis d'enfance qui jouaient du gnawa. J'écoutais beaucoup du gnawa et je connaissais les titres emblématiques et les *best-of* connus de tous les marocains. Mais ma connaissance de cet art musical était très superficielle. Il y avait comme un genre d'attraction ou d'appel qui venait me chercher à chaque fois que j'écoutais cette musique et qui me poussait à comprendre la profondeur et la complexité de cette musique et de comment elle se fait. Et un jour, en rendant visite à l'un de mes amis d'enfance au Maroc, j'ai vu cet instrument, le guembri, une sorte de guitare à trois cordes tendues avec une caisse de résonance rectangulaire, qui était posé contre le mur dans son salon. C'est un instrument sacré et il y a plein de mysticisme autour; alors mon ami avait peur de le jouer et ne s'en servait presque jamais. Alors, je lui ai demandé de me l'offrir et j'ai donc ramené cet instrument avec moi au Canada où j'ai commencé à apprendre à y jouer tout seul, de manière spontanée et naturelle, comme un autodidacte. J'ai alors découvert toute une complexité rythmique dans la façon de pratiquer cet instrument et de l'accorder harmonieusement avec la façon de chanter et d'interpréter. Pour moi qui aime les challenges, j'ai pris une énorme claque et une bonne leçon d'humilité en comprenant que je devrais aller voir les grands maîtres de cet art et aller me faire former à cette sorte d'académie ancestrale. J'ai donc fait mon initiation (dans le vrai sens du terme) au gnawa en retournant au Maroc et en passant par des rituels de musique non-stop pendant 24h, rituels perpétués par des Maîtres et des descendants d'anciens esclaves venus d'Afrique noire. Quand on sort de ce passage symbolique, on ne peut être qu'en amour avec cette musique.

82

### ***L'inconfort de l'étiquetage lorsqu'on fait de la musique fusion***

C'est un paradoxe et c'est très complexe pour un musicien, qui a plusieurs influences musicales et dont les compositions portent les couleurs d'un vrai métissage de styles, de devoir accepter de porter une étiquette. En ce qui me concerne, la musique gnawa reste le cœur de ma création. Dans mes compositions, je commence d'abord par le gnawa avant d'aller vers les autres styles. Je prends un morceau qui a été interprété de mille façons et selon différentes variations du gnawa et je le réinterprète et le joue à ma façon, jusqu'à ce que cela m'emmène ailleurs, dans quelque chose d'originale, qui constitue ma propre touche et ma proposition artistique authentique et inédite. Ce que je crée est donc souvent le résultat de cette alchimie qui fait voyager à travers des trances rythmées dans un univers transcendant qui propose un mélange improbable de gnawa fusionnée avec du jazz, du funk, de la soul, de l'électroacoustique ou même du hip-hop.

Comment donc mettre une étiquette sur ce que je fais, sur mes identités sonores distinctivement plurielles, lorsque je ne m'inscris pas dans un registre de folklores et que la musique traditionnelle qui sert de base à mon inspiration est aussi modifiée pour offrir quelque chose

de beaucoup plus originale et complexe tant au niveau des rythmes que des sons. Le terme de « musiques du monde » est à cet égard très réducteur. Cela ne donne pas assez d'information sur le type de musiques que les artistes classés dans cette catégorie font. La musique du monde peut être tout et n'importe quoi. Moi je préfère parler de la musique fusion (qui en soi était aussi considérée comme une catégorie dans les années 80).

### *La découvrabilité et la rencontre avec le public : Au-delà des plateformes numériques...*

Le collectif *Boulila* a commencé à se produire et à jouer en restant au départ dans un registre purement traditionnel depuis 2016; et la musique que nous faisons était essentiellement à base de guembri et de percussion. La formule fusion est venue bien plus tard. À nos débuts, nous faisons beaucoup de scènes, de tournée dans les bars, des festivals et le public qui venait à notre rencontre était essentiellement constitué de la diaspora maghrébine et de quelques français (touristes ou résidents) de Montréal et environs. Il y avait aussi des gens qui venaient par curiosité pour nous découvrir après avoir lu nos portraits ou des entrevues réalisées dans les médias en marge de certains spectacles. Ce nouveau public qui était spontanément attiré par notre musique, et qui même sans comprendre la langue et ce qu'on chante, ressentait une sorte de connexion et de vibration, c'est ce public-là qui nous encourageait le plus et qui nous montrait le véritable potentiel de découvrabilité qu'on aurait si on faisait plus d'efforts pour nous faire connaître.

Mais, c'est surtout grâce aux Syllis d'or que nous avons été véritablement découvert du grand public puisque ce concours a mis un important coup de projecteurs sur notre groupe, Boulila. Toute la visibilité que nous ont apporté le live des Syllis d'or nous a propulsé dans une autre dimension, avec les vidéos de nos concerts live devenues virales sur Facebook. Avant le concours, en tant qu'orchestre musical, on n'avait pas vraiment de produit fini, déjà bien formaté, qui soit prêt à être présenté au grand public. Et c'est là où les vidéos des syllis nous ont beaucoup aidé. En tant que lauréat du concours, on aura aussi la chance d'enregistrer 20 heures dans un studio professionnel. On pourrait ainsi enregistrer trois ou quatre titres sur un EP. Ces chansons seront distribuées sur Spotify, YouTube, Instagram, etc. Stratégiquement, pour accroître notre découvrabilité, notre objectif serait de faire une *Live Session* (une bonne vidéo avec un son studio haute qualité, avec un beau décor à la marocaine) et je crois que cela nous permettra, grâce à une bonne diffusion/promotion en ligne, de mettre en valeur notre talent et de nous faire gagner de nouveaux *fans* un peu partout à travers le monde.

Je tiens à conclure en soulignant qu'au-delà de la découvrabilité via les plateformes, il ne faut pas négliger l'importance de la découvrabilité à travers la reconnaissance du milieu, les prix (comme le syli d'or ou le meilleur album de « musiques du monde » de l'ADISQ), les tournées et les grandes scènes des festivals. Tous ces éléments sont comme des vitrines très importantes pour des artistes émergents et en quête de rayonnement et de notoriété comme nous.

L'interaction avec le public lors d'événements physiques nous permet d'établir une communion et une relation plus durable, plus sincère, plus vivante et plus humaine que lorsqu'on mise tout sur une relation un peu trop artificielle et médiée par la technologie, avec le public présent sur les plateformes. Ce public est trop souvent inondé par une offre musicale mainstream surabondante, avec une pléthore de choix musicaux et de listes de lecture à explorer; ce qui les empêche souvent de prendre le temps nécessaire pour découvrir des artistes ou des musiques coup de cœur et de tisser de vraies relations avec leurs artistes préférés car il se contente plutôt et il est très influencé par les listes d'écoute éditorialisées et les recommandations des algorithmes qui ne poussent pas spontanément en avant les musiques issues de la diversité, les musiques qui s'affranchissent des codes établis et de la manière dont l'industrie globale pense, structure, hiérarchise et fait découvrir les musiques au grand public, que ce soit au niveau local ou international.

4.9.  
**Carine au Micro,**  
celle dont la voix radieuse fait  
rayonner ses racines africaines  
à travers un mélange de la  
puissance du gospel et de la  
douceur du jazz et de la soul



Crédit photo : Charles-Olivier Bourque

Originaire du Bénin où j'ai grandi, ma passion pour la musique est un héritage transmis par mes parents, en particulier ma mère. D'un simple passe-temps favori, la musique a pris beaucoup de place dans ma vie, surtout lors d'un premier séjour en Europe (plus précisément en France), en 1998. Un déclic s'est produit à travers de multiples collaborations que j'ai pu avoir avec plusieurs artistes émergents de la scène locale française, pratiquant le hip-hop, le Funk, le Jazz., le Gospel, etc. À l'époque je ne faisais que poser ma voix sur les refrains de certaines chansons et je mettais ainsi ma voix au service des autres, jusqu'à ce que plusieurs personnes de mon entourage ont commencé par me demander : « Pourquoi tu n'enregistres pas toi-même une chanson? On pourrait t'y aider. ». En débarquant au Québec en 2004, j'ai d'abord fait plusieurs chorales, dont Imani Gospel Singers, qui m'ont permis de m'imprégner de la scène musicale montréalaise, tout en perfectionnant mon art, en me faisant connaître, et en développant progressivement mon carnet d'adresses. Une dizaine d'années plus tard, j'ai eu l'opportunité de participer en 2015 à la comédie musicale Mahalia Jackson au Centre Segal. La même année, j'ai décroché un prix « Coup de cœur » de la Vitrine des musiques locales métissées ; une belle reconnaissance qui m'a donné une certaine visibilité et légitimité dans le milieu des artistes-musiciens montréalais issus de la diversité. Au printemps 2017, après avoir participé à des concerts pour Vision Diversité et la Maison d'Haïti, plusieurs personnes dans le public m'ont approché pour me demander si j'avais un album solo et où est-ce qu'ils pourraient se le procurer. C'est ce qui m'a poussé à commencer à travailler sur mon propre projet. Il a fallu attendre 2018 pour que je sorte mon premier EP (micro album de 5 titres) dénommé « O La Si », et qui constitue une véritable synthèse de toutes les rencontres, des influences et de la variété de genres musicaux que j'ai pris le temps d'expérimenter au cours de ces nombreuses années de persévérance. Mais cet album constitue aussi une célébration de mes racines africaines, béninoises et togolaises.

## **Comment une artiste qui se considère «sans frontières» appréhende la catégorie des «musiques du monde»**

La catégorie «musiques du monde» est perçue comme une catégorie qui a été créée pour y classer tout ce qui est inclassable. On y met toutes les musiques qui ne rentrent pas dans les autres familles musicales bien délimitées par les puristes. On retrouve dans cette catégorie des musiques latino, des musiques des Caraïbes, des musiques du Maghreb, des musiques indiennes, des musiques béninoises... Toutes ces musiques ont peut-être des liens, mais elles ont tellement leurs propres spécificités qu'on ne peut pas les mettre toutes ensemble dans le même panier, comme si elles renvoyaient aux mêmes signifiants. On est certainement tous d'accord pour les considérer comme des musiques qui viennent d'ailleurs, de partout ailleurs sauf du Québec ou du Canada. Mais ce ne sont pas des musiques métissées. L'expression «musiques métissées» (que certains emploient comme alternative aux «musiques du monde») peut aussi prêter à confusion et revêt des ambiguïtés pour des personnes qui peuvent avoir des perceptions différentes de ce que signifie le métissage. Un métissage peut être synonyme de brassage, de mélange, mais cela ne veut pas dire que c'est uniquement un mélange de blanc et noir, de deux genres musicaux différents et parfois, il y a des nuances dont il faut tenir compte, notamment entre le résultat d'un métissage et celui d'une fusion entre des genres différents. Si l'appellation «musiques du monde» est la seule qui permet à l'industrie de nous identifier et qui permet aux amateurs de musique d'avoir un repère pour facilement nous retrouver dans un répertoire ou dans des bacs chez les disquaires, alors on peut concéder d'utiliser cette appellation pour être sûrs qu'on parle d'une même grande famille qui rassemble différents types ou styles de musiques. Par rapport à ces distinctions sémantiques, moi je considère ma musique comme étant une musique traditionnelle, portant les touches liées à mes différentes influences (jazz, hip-hop, soul, gospel, etc.) qui franchissent différentes frontières musicales. Certains me disent que ma musique, c'est de l'afro-pop. Mais je ne suis pas non plus d'accord qu'on me colle cette étiquette qui désigne plus la musique contemporaine et populaire africaine, caractérisée par un mélange de sonorités entre la pop américaine et la musique africaine.

85

### ***De l'importance d'incarner des messages authentiques pour toucher le public***

Dans ma musique, j'essaie toujours de faire passer des messages importants, en prenant pour référence mes racines et en m'exprimant dans les langues de chez moi (notamment le minan). La langue pour moi est très importante, car ça fait partie de mon identité. Je ne peux pas le renier et je ne peux pas dissocier mon identité musicale de mon identité culturelle. Dans mes chansons, je choisis souvent de mettre en avant ces langues vernaculaires, parce qu'elles sont directement reliées à notre affect et à la manière dont on exprime nos émotions à travers les messages qu'on souhaite faire passer. Je pense que ce n'est pas parce qu'on vit dans un endroit qu'on n'est plus qui on est. Quand un immigrant atterrit à l'aéroport Pierre-Elliott Trudeau, on ne lui demande pas de se détacher de sa langue, d'enlever tout ce qui culturellement l'identifie comme togolais, béninois, africains pour se fondre dans le moule.

Au niveau de tout ce qui est artistique, je trouve aussi qu'il y a une dimension spirituelle lorsqu'on cherche à utiliser son art pour rester en contact ou établir une connexion avec la terre de ses ancêtres et ne pas ainsi totalement se détacher de ses racines, même si physiquement on s'en trouve éloigné (avec les milliers de kilomètres qui peuvent séparer certains artistes comme moi de leurs pays d'origine). J'ai pris par exemple l'initiative d'expliquer en français la signification des chansons de mon EP à travers une série de capsules diffusées sur ma chaîne YouTube et intitulée «*Pour la petite histoire*». Et c'est à travers cet exercice que je me suis rendue compte combien c'était difficile de traduire et d'expliquer certains messages-clé ou certaines réalités

lorsqu'on les sort de leur contexte linguistique ou socio-culturel originel. Mais c'est tout de même une démarche qui est importante pour rendre accessible ma musique, tout en restant fidèle et authentique en chantant dans ma langue maternelle. Ce sont des éléments qui pour moi ne peuvent pas faire l'objet de compromis, notamment dans les situations où certains *labels* ou des majors imposent comme condition à leurs artistes de chanter en anglais ou en français pour être mieux vendable, exportable et découvrable pour rejoindre un public plus large.

Au fait, tout dépend du but dans lequel on fait de la musique. Si on fait de la musique dans le but de faire de l'argent, pour être connu, pour avoir des millions de vue sur les plateformes, ou pour faire le tour de la planète, alors les motivations, les approches et la démarche artistique vont être complètement différents. En revanche, moi je n'ai pas commencé à faire la musique pour ces motifs-là. Je me suis lancé dans la musique car j'ai estimé à un moment donné que j'avais des choses à dire et que cela pourrait rejoindre les gens. Et donc, je le fais selon la manière dont ça me convient. Vendre des milliers d'albums au Québec n'est peut-être pas mon but ultime. Ma satisfaction en tant qu'artiste vient de la manière dont les gens dans le public reçoivent ma musique et l'intérêt/l'attachement qu'ils y accordent. Pour un artiste (du moins dans mon cas), il n'y a pas une meilleure rémunération que de me faire découvrir aux gens, ou que je rencontre des gens et qu'ils me disent : « Je t'ai vue sur scène et j'ai été touché par ta chanson » ; ou « J'aime ce que tu fais » ! Si les personnes sont touchées par ma musique, elles vont en parler à d'autres personnes. Et ainsi de suite, ma découvrabilité peut augmenter. Lorsqu'on fait de la musique pour être multimilliardaire, on prend aussi le risque d'avoir des personnes qui ne nous suivent que de manière temporaire lorsqu'on fait des tubes qui cartonnent ou lorsqu'on est au sommet de la notoriété. Mais la chute peut être très dure, une fois qu'on a atteint les sommets et que brutalement on n'a plus de succès ou lorsqu'on attire plus les projecteurs. Le public suivra un musicien tant qu'il se retrouve dans sa musique ; d'où l'importance de rester authentique.

86

La visibilité à grande échelle peut ne pas durer très longtemps. C'est quelque chose qui peut être très lourd à assumer, surtout lorsqu'on cherche la notoriété et à rester visible pour les mauvaises raisons. Le processus de création en musique prend tellement de temps et d'énergie qu'il vaut mieux se concentrer sur des choses qui ne dénaturent pas son art et sa propre identité artistique.

Par ailleurs, lorsqu'on est un artiste issu de la diversité ou de l'immigration, on est un peu comme une vitrine sur le pays d'où l'on vient. On est comme des ambassadeurs et on véhicule une certaine image qui doit être soignée, une image de modèle. Car ce qui est important, c'est qu'il y a des enfants qui sont dans les festivals ou les salles de spectacles où nous jouons. Ces enfants (parfois des enfants d'immigrants de deuxième ou troisième génération ou des jeunes nés ici) ont besoin de modèles qui les inspirent. Surtout pour les jeunes filles par exemple, moi j'essaie par ma manière de me vêtir dans mes vidéoclips, sur scène ou sur la place publique, de montrer que point n'est besoin d'être dénudée pour attirer le regard et pour se faire respecter. Pour moi, c'est un aspect important de mon engagement et de ma responsabilité sociale en tant qu'artiste. Il faudrait que ces jeunes filles puissent dire : « lorsque je serai grande, je serai comme cette dame-là » ; « lorsque je serai grande, je veux faire ce qu'elle fait... ».

### ***Stratégies de découvrabilité en ligne et hors ligne***

Il faut dire que la démocratisation de la musique grâce aux outils numériques, si elle a l'avantage de décupler les possibilités de création et d'autoproduction musicale, a dans le même temps laissé beaucoup de place à des pratiques amateurs, qui manquent de consistance en termes de proposition artistique, mais qui attirent beaucoup l'attention en misant sur le sensationnel ou le superficiel. À titre d'exemple, les gens qui font des vidéoclips avec du champagne,

des femmes dénudées, de belles voitures, des scènes de fête, c'est eux qui ont plus de chances (de manière certes temporaire) d'être vus et découverts, plutôt que les gens qui font des clips plus propres, avec une esthétique plus recherchée et plus raffinée. Il y a ici un enjeu d'éduquer le public à réapprendre à apprécier le véritable art, la vraie musique, les vrais artistes plutôt que de s'accrocher à des tendances artistiques éphémères dictées par des artistes improvisés ou des influenceurs et influenceuses qui se lancent sur Tik Tok.

Le plus difficile dans ce contexte où il y a une offre surabondante de contenus de divertissement de toutes sortes surtout dans l'environnement numérique, c'est de savoir comment les vrais artistes émergents doivent faire pour se frayer un chemin vers leur public. Dans mon cas, le fait d'avoir travaillé avec beaucoup de monde, par exemple dans plusieurs chorales, et en ayant toujours laissé de bonnes impressions partout où je passais, cela m'a aidé dans la construction d'un réseau de contacts qui savait reconnaître mon talent et apprécier mes qualités humaines, et qui pouvait donc me recommander et m'aider à ouvrir certaines portes.

Les festivals, les spectacles, les shows privés (anniversaires et mariages) et la présence sur les réseaux sociaux m'ont aussi donné la possibilité de diversifier mes publics et de mieux faire connaître ma musique et la rendre plus visible et accessible.

J'ai également eu la chance de rentrer sur le comité Musique au Conseil des arts de Montréal, ou à côté d'autres spécialistes de notre discipline, nous travaillons à mieux prendre le pouls du milieu pour en identifier les tendances et les enjeux et en évaluant les projets soumis au Conseil afin de l'aider à prendre des décisions de financement plus éclairées. Le fait d'avoir rejoint ce Comité au sein du Conseil des arts de la ville de Montréal me permet de mieux comprendre comment fonctionne le système et les institutions qui assurent la vitalité de la scène musicale à Montréal. En rejoignant cet organisme, c'était aussi une occasion de me faire découvrir par certains acteurs et professionnels du milieu qui ne me connaissaient pas auparavant en tant que chanteuse.

En outre, je fais aussi de la radio en tant qu'animatrice d'une émission de musiques africaines (depuis bientôt deux ans). Ce travail m'amène à faire souvent de la veille et des recherches sur toutes les tendances musicales des artistes africains (sur le continent) ou d'origine africaine (résidant au Québec/Canada, aux États-Unis ou en Europe), afin de diversifier ce que je dois jouer et mettre dans la programmation sur les ondes. En taguant les bonnes personnes sur les réseaux sociaux (les artistes dont je joue les musiques dans mon émission), elles sont heureuses que je leur accorde une tribune et entrent en contact avec moi. En découvrant que suis aussi chanteuse, cela crée des connexions et d'autres complicités (voire des projets de collaboration future) avec certains de ces artistes. C'est très important pour moi de faire passer les musiques des artistes d'ici dans mon émission, car on n'a pas de médias spécifique qui nous représente vraiment. Je leur demande donc d'envoyer leur chanson et je les fais passer à la radio sans qu'ils n'aient à payer ou à supplier des gens pour qu'ils jouent finalement leur musique une fois. C'est ainsi une manière de rester solidaire des autres qui font le même genre de musiques que moi et de créer une communauté autour de soi pour s'entraider au maximum.

Personnellement, en termes de promotion, j'utilise beaucoup les réseaux sociaux, notamment Instagram et Facebook, ainsi que les *stories* sur WhatsApp. Ma stratégie consiste souvent à publier à l'avance des petites annonces (*teasers* événementiels) autour des nouveaux contenus que je mets en ligne. L'idée, ce n'est pas de forcer les gens à écouter ma musique, mais de faire le nécessaire pour capter/attirer l'attention sur mes créations musicales.

Aujourd'hui, l'une des préoccupations des musiciens du monde, c'est la découvrabilité et l'accessibilité même des dispositifs/mécanismes institutionnels, notamment les programmes de subvention gouvernementaux de soutien aux artistes. Les artistes issus de l'immigration n'ont pas cette culture et cette expérience d'écriture de projets et de demandes de subvention. Il faut donc trouver une manière de sensibiliser et d'outiller ces artistes qui ont besoin d'un accompagnement en termes d'ingénierie de montage de projet et de demande de subvention. Il importe de trouver un moyen plus efficace pour faire en sorte que ces bénéficiaires et publics cibles ne soient pas écartés et puissent avoir accès plus facilement à l'information sur le financement de leur projet.

Il serait également nécessaire que les gens d'ici arrêtent d'avoir peur de nous et que les artistes issus de la diversité et de l'immigration puissent être mieux inclus ou intégrés dans la programmation de certains événements. C'est particulièrement problématique par exemple pour les événements (concerts/spectacles) organisés pour commémorer certaines fêtes nationales comme la Saint-Jean Baptiste. On a l'impression que lorsqu'on n'est pas dans certains cercles ou quand on ne traîne pas avec certaines personnes, on ne peut jamais rêver d'être programmés à l'occasion de ces rendez-vous très symboliques, qui constituent de bonnes occasions pour nous faire découvrir au public québécois/canadien. Comment peut-on se sentir intégrés et comme faisant partie de la communauté, si on n'est même pas invité pour participer ou se produire à ce genre d'occasion. Par ailleurs, le peu d'institutions ou d'organismes que nous avons et qui sont considérés comme représentatifs de notre musique devraient faire plus d'effort pour nous accompagner et nous témoigner plus de respect. Lorsqu'on est dans une position de promoteur d'artistes ou de regroupement d'artistes, il faudrait éviter de faire du clientélisme. Il faut proposer au public de découvrir toute la panoplie de ce qui existe et laisser les gens faire eux-mêmes leur choix par rapport à leurs propres sensibilités et préférences. Un bon DJ, même s'il sélectionne des musiques à jouer dans une soirée, se préoccupe de jouer un peu de tout pour que tout le monde s'y retrouve. Il peut ainsi être amené à jouer des musiques qui ne font pas forcément partie de ses préférences personnelles, mais il a le devoir de les promouvoir et de les proposer au public dans un but d'exploration et de découverte. C'est la même logique au niveau des plateformes, des algorithmes de recommandation et des listes éditorialisées. Tant que les critères d'exposition et de mise en valeur tiendront compte de la popularité, des musiques ou des artistes les plus écoutés ou les plus rentables, on ne donne pas la chance aux autres contenus moins populaires ou aux artistes émergents d'être visibles de tout le monde en les plaçant sur les bonnes listes d'écoute. Il faudrait accroître les possibilités de découvrabilité pour ceux qui en ont le plus besoin.



#### 4.10. Djely Tapa, la « griotte de Montréal » dont la musique et la voix redonnent de l'espoir aux sans voix



89

Descendante d'une longue lignée d'illustres griots maliens, j'ai à cœur de transmettre l'histoire par la musique et le chant, en jouant un rôle de médiatrice dans le dialogue des cultures. Si j'ai hérité d'un statut de griotte, c'est sur scène que j'ai dû apprendre à devenir l'artiste que je suis.

Je chante en malinké, en bambara et aussi en khassonké. Le fait de chanter dans mes langues maternelles peut être perçu par certains comme un frein pour rejoindre un plus large public, car on estime sur ce plan que c'est un plus pour un artiste de chanter en anglais ou en français (surtout ici au Québec). Bien que j'ai commencé à composer de temps en temps quelques extraits de mes chansons en français, pour moi, la langue ne devrait pas constituer un obstacle à la compréhension de ma musique et à la réception de mon art. Au contraire, je trouve crucial d'ajouter une signature aussi intime et authentique que celle de mes langues maternelles à mon identité musicale, car cela contribue à une mission de promotion et de préservation de la riche diversité des expressions culturelles.

Je maquille les musiques mandingues et sahéliennes de quelques teintes de blues, de jazz et d'électro pour donner un afro-beat un peu atypique, avec des sonorités mêlant la kora aux percussions maliennes, le tout accompagné des cœurs de voix féminines. Je suis fière de créer ainsi mon propre style et mon identité musicale, tout en respectant la tradition dans laquelle j'ai été élevée.

Dans l'album Barokan, mes chansons rendent surtout hommage à la force des femmes noires (ma mère, mes grands mamans, mes arrières grands mamans) et à l'africanité. Historiquement les femmes africaines et maliennes avaient une certaine liberté; elles participaient à toutes les décisions et étaient respectées pour ce qu'elles étaient, notamment des reines, des princesses, des guerrières, etc.

Mais au fil des années, elles ont été reléguées à un statut inférieur, elles sont globalement absentes des cercles de décision politique et économique; elles subissent plus de violences et d'agressions. Mais ces femmes sont beaucoup plus que l'image que certaines de nos sociétés projettent d'elles. Elles continuent malgré tout de lutter, plus déterminées que jamais, et s'émancipent en alliant modernisme et respect des traditions.

## **Comment les reconnaissances et prix dans la catégorie « musiques du monde » ont amplifié ma découvrabilité dans le paysage musical canadien et au-delà**

Je considère que ma musique est faite ici. C'est une musique québécoise ! Je ne catégorise pas ma musique comme venant d'ailleurs. C'est une musique d'ici, mais avec des influences et des origines d'ailleurs. Aussi, je n'ai pas de problème à ce qu'on inscrive ma musique dans la catégorie des « musiques du monde ». C'est quelque chose que j'accepte et que j'assume en tant qu'artiste qui vit dans son temps.

D'ailleurs, toutes les reconnaissances que j'ai eues dernièrement sont liées à cette catégorie musicale. Nommée Révélation Radio Canada en Musique du monde en 2019, j'ai reçu ensuite le Juno du meilleur album canadien de musique du monde pour Barokan en 2020 ; puis le prix Opus Inclusion et Diversité du Conseil Québécois de la musique en 2021 (qui souligne l'excellence et la diversité de la musique de concert au Québec). J'ai été aussi élue « Meilleur Album de Musique du monde » au Gala Dynastie 2020 et j'ai remporté le Prix Accès Culture RIDEAU 2020. Toutes ces reconnaissances, ce sont comme des diplômes qui attestent que je suis acceptée dans mon pays d'accueil, que ma musique est acceptée comme de la musique québécoise et canadienne, enrichie par des influences multiculturelles.

Ces différents prix m'ont offert beaucoup de visibilité médiatique et ont donné un coup d'accélérateur à ce tournant de ma carrière artistique, en favorisant ma découvrabilité dans le paysage musical canadien/québécois auprès des publics locaux/régionaux et même en dehors du Canada. Cela vient également consacrer tout le travail qui a été fait pendant de nombreuses années. C'est un accomplissement qui donne de l'espoir à tous ceux et toutes celles (mes sœurs) qui ont suivi mon parcours, surtout quand ton entourage t'attribue un rang de modèle et de leader au sein de toute la communauté artistique et culturelle des afrodescendants du Québec. Pour mon entourage et pour ma communauté, tout le monde finit par se dire : « c'est donc possible ! ». La possibilité d'être reconnue, d'être valorisée, d'être visible, d'exister, de rayonner !

Si je souhaite que ma musique soit plus découvrable, c'est pour que les messages que je transmets puissent célébrer les valeurs humaines, et toucher et inspirer de futurs leaders ou une génération plus consciente qui soit prête à s'engager pour initier des changements dans notre monde et pour se battre pour des enjeux tels que l'épuisement de certaines réserves et ressources telles que l'eau.

### **À propos des plateformes de *streaming musical***

Ma musique est présente sur la plupart des plateformes. Avec la pandémie, on n'a un peu perdu le contact visuel avec notre public, on s'est un peu éloigné des scènes. Mais on a au moins la technologie pour essayer de maintenir un lien minimum et continuer de faire écouter notre musique, de la diffuser. Le contexte a été propice pour faire des efforts avec mon équipe de marketing digital afin de rejoindre plus de monde en ligne, à travers les réseaux sociaux, par exemple. On ne doit pas négliger le fait que ces plateformes jouent désormais un rôle déterminant et incontournable dans notre découvrabilité. Ceci étant, on assiste aussi à un autre phénomène : celui des artistes amateurs qui s'auto-enregistrent et deviennent des rois et des reines des réseaux sociaux en publiant des live sur Facebook, sur YouTube ou Tik Tok. Ces personnes passent leur temps sur les réseaux et créent du buzz, puis cela suffit à booster leur visibilité. Moi, c'est sur scène que je suis reine et que j'exprime toute l'étendue de mon art et de mon savoir-faire artistique, mais il est vrai que je peux attirer un public qui me découvre en ligne pour qu'il vienne assister à mes concerts et spectacles. Un artiste a besoin de son public pour que ses œuvres soient consommées. Comment une artiste québécoise d'origine malienne

pourrait se faire découvrir, pourrait voir sa musique consommée par le grand public d'ici? Il faut qu'on joue sa musique sur les radios, que ces vidéoclips soient jouées à la télé, que les journalistes culturels et les magazines spécialisés lui accordent des interviews ou réalisent son portrait, que sa musique apparaisse sur les bonnes listes de lecture, et dans les répertoires et palmarès québécois/canadiens.

91

Crédit photo : Charles-Olivier Bourque



#### 4.11. Zal Sissokho, le koriste qui ose diverses hybridations stylistiques et poétiques avec son instrument pour transmettre une culture séculaire

Je suis joueur de kora, mais également chanteur, auteur-compositeur et interprète. J'ai été initié et formé à la kora par mon défunt père, Diéourou Sissokho, avant de poursuivre mon apprentissage avec d'autres joueurs. Originaire du Sénégal, je me suis établi à Montréal en 1999 et depuis plus d'une vingtaine d'années, j'ai pu me faire une place au niveau du paysage musical québécois, en me produisant aussi bien en solo qu'en collaboration avec de nombreux autres artistes comme les frères Diouf, Celso Machado, Constantinople, Fakhass Sico, Lilison di Kinara, Richard Séguin, Takadja, Muna Mingole, Caroline Planté, le Cirque du Soleil (spectacle O) et bien d'autres. Ma sensibilité artistique s'exprime à travers un subtil équilibre entre tradition et modernisme (un style qu'on pourrait qualifier de «tradimoderne»). J'accorde beaucoup d'importance aux mélodies ancestrales dans lesquelles je puise mon inspiration pour composer des musiques métissées, avec des résonances afro-mandingues, à travers lesquelles je raconte ce que je vis et ce que je vois autour de moi ainsi que mes expériences de rencontres interculturelles vécues hors du continent africain. Mon dernier album (*Kora Flamenca*) est une invitation au voyage pour explorer et redécouvrir les racines africaines du flamenco, à travers un mariage de sonorités entre l'Espagne et le Sénégal. Ce projet né et longuement mûri dans

le cadre d'une résidence de création au Centre des musiciens du monde de Montréal m'a d'ailleurs valu mon premier Félix lors du Gala de l'ADISQ 2020 dans la catégorie «*Album de l'année* – «*musiques du monde*».

### ***La musique n'a pas de frontières et les frontières musicales ne peuvent pas rester étanches***

Selon moi, la musique n'a pas de frontières ; elle traverse les frontières et nous permet d'explorer divers horizons liés à d'autres musiques, d'autres échelles mélodiques, à d'autres styles harmoniques, à d'autres cultures. Ma musique s'affranchit autant des frontières géographiques que des catégories musicales. Elle s'est toujours nourrie des rencontres qui ont jalonné l'ensemble de mon parcours, y compris mon immigration au Québec. Je chante en wolof et en malinké et on connaît plein de très grands musiciens d'Afrique et de partout ailleurs dans le monde qui ont décroché des disques d'or, mais sans qu'ils ne chantent ni en français, ni en anglais. Plusieurs vidéoclips sont devenus de vrais phénomènes viraux et ont battu des records de million de vues sur YouTube, sans pour autant que ceux qui les visionnent ne parlent ou ne comprennent la langue des musiques chantées dans ces clips. Ce sont des réflexions qui m'amènent à penser que la langue n'a jamais été réellement une barrière à la découvrabilité d'une musique ou d'un musicien. Ou si elle l'est, alors elle ne devrait pas être considérée comme le principal obstacle à cette découvrabilité.

La musique a toujours voyagé (à travers les rencontres des peuples, les flux migratoires, la mobilité internationale des artistes). Pour la petite anecdote, on raconte que quand Mory Kanté était en tournée aux États-Unis et qu'on lui a demandé s'il pouvait jouer un morceau de blues, il a répondu «*Pourquoi vous voulez que je joue du blues. J'aime mieux faire ce que je connais le plus*». Et quand des personnes dans le public ont insisté en lui expliquant leur attachement au blues et qu'il pourrait au moins faire quelques notes, il leur aurait répondu que si le blues était un baobab, on n'en voyait que les fruits aux États-Unis, avec des graines qui ont dû être déplacées et plantées par les esclaves noirs déportés dans les champs de Coton au bord du delta du Mississipi, et que les vraies racines du blues se trouvaient encore en Afrique.

Le problème avec l'appellation et la catégorisation des «*musiques du monde*», c'est comme si on avait pris tous les artistes qui ne chantent pas en français dans le monde (mais on voulait surtout parler du «*Tiers-Monde*») et on leur a assigné une étiquette, en leur disant «*ça, c'est votre musique!*». Cela a donc une connotation très négative, voire paternaliste car c'est une appellation imposée par la bureaucratie et l'élite occidentale de l'industrie musicale, sans même qu'on ne consulte ou qu'on ne prenne préalablement l'avis des artistes et musiciens de l'hémisphère Sud qu'on voulait mettre dans cette catégorie. Je me rappelle qu'à une époque, je voulais tellement me dissocier de cette catégorie que lorsque les producteurs et les salles de spectacles me contactaient en me demandant si je faisais de la musique du monde, je répondais que non et je préférais plutôt assumer que c'est de la musique «*afro-mandingue*». De plus, le fait d'être mis dans cette catégorie fait en sorte qu'on ne jouit pas toujours de toute la visibilité qu'on devrait avoir parce qu'on a l'impression que nous faisons des musiques traditionnelles, perçues et appréciées pour le côté exotique qu'on leur attribue. Et donc ce sont des musiques différentes, dans le sens de musiques qui auraient moins de valeur que d'autres musiques plus sérieuses ou «*savantes*» et qui respectent plus formellement les codes et les classifications stylistiques reconnus et recherchés par les auditeurs pointus et exigeants. D'ailleurs, je n'accepte pas tous ces discours réducteurs et pleins de clichés qui ont tendance à considérer la *World Music* comme faisant essentiellement référence aux musiques africaines, ces musiques exotiques, légères, qui sont faites pour danser et se mettre en transe. Les musiques du continent africain peuvent aussi être des musiques douces et calmes qu'on écoute, des musiques

avec des envolées tant lyriques que mélodieuses qui inspirent, des musiques qui représentent nos racines. Ce sont toutes ces facettes que recouvrent les musiques africaines dans lesquelles on peut se reconnaître.

Le manque de visibilité dû à cette catégorisation a des répercussions directes sur les redevances qu'on peut percevoir lorsque notre musique est jouée à la radio ou sur les plateformes. On ne nous applique pas les mêmes barèmes/quotas que d'autres musiciens occidentaux qui se revendiquent aussi de la catégorie « musiques du monde ». Cela génère une frustration qui dure depuis longtemps et il était tant qu'on en discute ouvertement ou qu'on demande aux artistes issus de la diversité d'exprimer leurs points de vue sur cette situation. L'autre gros problème, c'est que certains producteurs/distributeurs considérés comme les majors de l'industrie ne font plus tout ce qu'ils devraient faire pour promouvoir et valoriser du mieux que possible les musiques dites du monde parce que cette catégorie a un peu « vieilli » et n'est plus aussi lucrative ou rentable que par le passé (dans les années 80-90). La seule chose qui me réconforte dans cette appellation « musiques du monde », c'est qu'elle me met dans le même bateau que tous mes frères et sœurs artistes issus du continent africain et en Amérique latine qui ne chantent pas en anglais ou en français.

### *Le défi de se faire découvrir et de rejoindre le public à l'ère du numérique*

Pour rejoindre mon public, cela se fait un peu naturellement. C'est souvent un public averti et connaisseur qui adore tout ce qui englobe les « musiques du monde ». Depuis que je suis arrivé ici, il y a toujours beaucoup de personnes qui apprécient mes propositions artistiques et qui ont continué de me suivre durant toutes ces années. Dans notre époque où l'attention est devenue une denrée rare, pour se démarquer et attirer le public, un artiste doit anticiper et dépasser les attentes du public. C'est une exigence qu'il faut s'imposer afin de proposer un travail qui sur le plan de la qualité artistique fasse consensus et démontre qu'il y a de la recherche et de l'originalité derrière.

Mais tout ne réside pas dans l'originalité de la démarche artistique et la qualité de l'œuvre. Pour être découvrable par un public qui ne te connaît pas, encore faut-il se donner les moyens pour s'assurer une bonne promotion et une bonne visibilité. J'ai sorti un album au Brésil qui a été vendu à près de 150 000 exemplaires partout dans le pays. Ce qui était relativement un succès pour la petite bande que nous formions, mais l'explication de ce succès est liée au fait que beaucoup de moyens financiers et communicationnels ont été mis autour de la promotion de cet album. Nous avons fait plusieurs show télé diffusées à des heures de grande écoute sur des chaînes locales, nous avons fait la tournée des radios, des conférences de presse, et de la publicité sur le Web, etc.

Ici au Québec, lorsque tu sors une chanson ou un album de « musiques du monde », on te conseillera de contacter ICI Musique (le réseau de stations musicales du diffuseur public Radio Canada, autrefois nommé Espace Musique ou La Chaîne Culturelle) ou d'approcher les quelques radios communautaires qui existent. Et c'est tout ! L'auditeur qui est à Ottawa qui n'écoute pas ICI Musique, mais par quel média traditionnel de grande diffusion, il découvrira Zal Cissoko et son dernier album Kora Flamenco ? On peut donc mettre un bon produit, une bonne musique sur le marché et tu as beau être le meilleur artiste dans ton genre, s'il n'y a pas de promotion autour de toi, ton œuvre ou ta musique restera sur les tablettes ou dans les tiroirs. Selon moi, pour accroître sa découvrabilité, cela revient à mettre en œuvre des stratégies et prendre les mesures nécessaires donner la valeur à un artiste, tout dépend de la promotion derrière. S'il n'y a pas de promotion autour de toi, cela reste sur la table.

En ce qui concerne les plateformes de *streaming* musical, il faut avoir un minimum de connaissances sur leur fonctionnement. Si non, on peut facilement s'y perdre et ne pas pouvoir tirer profit de leurs usages. C'est certain que pour un musicien, ces plateformes offrent un avantage considérable par rapport au fait que pendant que tu es concentré et en plein processus de création à Montréal, ta musique déjà mise en ligne circule et est consommée par des auditeurs en Australie, en Suisse, aux Pays-Bas, en France ou en Afrique du Sud. S'il n'y avait pas ces plateformes, les publics géographiquement éloignés auraient du mal à me découvrir, notamment si je n'allais pas en tournée ou que je ne donnais pas des spectacles dans ces pays-là. Cependant, les acteurs du *streaming* pourraient et devraient faire beaucoup mieux pour les artistes : en commençant déjà par mieux les rémunérer par exemple. Quand on met un morceau sur Spotify, le revenu qu'on tire par rapport à son exploitation en ligne est vraiment dérisoire et à la limite insultant quand on n'est pas un artiste qui a déjà une certaine notoriété et dont les titres génèrent beaucoup d'écoutes. Le marché du *streaming* est comme une immense forêt où il y a des lions qui ont faim. Les petits chevreuils qui se retrouveront par-là (dans le sillage des lions) ne pourra pas échapper à la loi de la jungle et risque de se faire dévorer tout simplement. Et si le petit chevreuil veut vivre, il doit être agile, et trouver le moyen de se frayer un chemin ou de se faufiler vers un refuge dans la forêt. Inutile de préciser dans cette histoire qui est le chevreuil et qui sont les lions.



#### 4.12. Anit Gosh (Gypsy Kumbia Orchestra), le violoniste globe- trotteur qui a plus d'une corde à... son violon

Crédit photo : Charles-Olivier Bourque

Joueur du violon à cinq cordes (mon instrument principal), je joue également de l'alto, de l'oud, de la mandoline et des guitares. J'ai commencé ma pratique des instruments de musique dès le jeune âge, avant d'obtenir un DEP en Arrangement et composition Jazz. J'assume la direc-

tion musicale et je compose pour la Gypsy Kumbia Orchestra, qui mélange danses et musiques Afro-Colombiennes et Balkaniques... J'anime également des Bals pour enfants, à travers un concept de pièce de théâtre musical qui invite mon jeune public à découvrir son musicien intérieur à travers un voyage initiatique des Indes au Québec.

***Une affiliation assumée aux « musiques du monde » et une reconnaissance de l'authenticité qu'elles doivent incarner pour être bien reçues et comprises pour des publics non-initiés***

Je me suis surtout consacré pendant de nombreuses années à parfaire mon apprentissage des différents styles musicaux joués dans pleins de régions et d'endroits différents du monde. Passionné des musiques « internationales », mes influences et mes connaissances musicales m'ont ainsi amené à voyager, à découvrir, à rencontrer et jouer avec des artistes de divers pays, en étudiant les musiques de leurs pays, en adoptant et en jouant toute sorte d'instruments. Sur la scène montréalaise, j'ai pu accompagner au violon plusieurs artistes de différentes origines, avec qui je fais l'effort de découvrir leurs cultures musicales afin de mieux les représenter. Tous ces voyages ont été formateurs et elles m'ont permis de faire des rencontres marquantes qui ont eu des influences sur ma trajectoire artistique. Mon style de musique est donc comme un genre d'hybride éclectique, dans lequel ma touche personnelle sert de colle pour unir les différents éléments et donner une harmonie à leur diversité. Ce qui fait qu'aujourd'hui ma musique porte plusieurs couleurs, rythmes et sonorités reflétant les styles : Orientales (Maghreb, Égypte, Turquie, Inde), Latines (Brésiliennes, Cubaines, Colombiennes), « Tziganes » (des Indes passant par l'Europe jusqu'au Québec) et Occidentales (Jazz, Blues, Reggae, Électro avec effets...).

Oui, dans mon cas, je considère que je joue de la musique du monde. Aussi quand je joue de la musique traditionnelle québécoise, je considère que je joue une musique du monde. Ce n'est pas parce que c'est occidental que ce n'est pas du monde. Si je joue du bluegrass ou du jazz, disons-nous les vraies affaires, c'est aussi quelque part de la musique du monde. Même s'il y a tout un débat autour de l'appellation-même de « musiques du monde » (notamment par rapport au fait que cela soit un peu réducteur et renvoie à une vision trop simpliste ou simplifiée des musiques non-occidentales), moi j'utilise cette appellation car je trouve que cela aide le commun des personnes à comprendre que je joue des musiques internationales.

Cependant, je tiens à préciser que le fait d'être identifié sous cette bannière ne garantit pas du tout notre authenticité. C'est l'intégrité de l'artiste, peu importe le style de musique qu'il joue, qui va déterminer son authenticité. L'authenticité, c'est quelque chose qui est difficilement catégorisable et qui a un rapport avec comment nous nous définissons en tant qu'artiste. C'est surtout une responsabilité que l'artiste a par rapport au message qu'il livre à son public et à la manière dont il livre ce message. On ne peut pas catégoriser en termes de musiques authentiques ou non-authentiques. C'est avant tout quelque chose qu'on ressent en termes d'honnêteté de l'artiste par rapport à sa propre démarche artistique et vis-à-vis du public. Il y a donc un travail chez celui qui écoute pour recevoir et ressentir cette authenticité dans une œuvre, dans une musique. Quelqu'un dont le référent culturel lui permet de comprendre l'histoire et les codes culturels des peuples mandingues entendra et recevra différemment les morceaux des griots comme Mory Kanté ou Salif Keïta, par rapport à quelqu'un d'autre qui appréciera simplement avec une oreille « exotique » en disant simplement « oh ! c'est une belle musique qui fait voyager ». Pour découvrir et recevoir l'authenticité, cela prend un cheminement pour arriver à la porte ou elle se retrouve et c'est lorsqu'on trouve cette porte et qu'on l'ouvre qu'on fait la « vraie » rencontre, la vraie découverte d'un artiste, de sa musique, de sa culture.

L'authenticité, c'est de faire une musique qui est vraie et qui va rejoindre les gens. Cela se passe dans le moment très intimiste de la première écoute ou de la découverte musicale d'un artiste ou d'un style de musique. Pour expérimenter une véritable connexion avec les musiciens du monde, il importe que ces musiciens incarnent les esprits qui habitent les musiques de leur « monde ». Bien évidemment, cela procède toujours du côté de l'artiste à rester authentiques même en étant ouvert au métissage. Les « musiques du monde » sont toujours quelque part des musiques métissées (comme lorsqu'on mélange la kora et le flamenco) et elles sont évolutives.

### **Le numérique, le lien avec le public et l'accès à une multitude de connaissances sur les patrimoines musicaux**

L'Internet constitue aujourd'hui, pour moi et pour des dizaines d'amis artistes de mon entourage, une importante source de découvertes et d'influences. On est comme des éponges, on absorbe tout face à tout ce qu'on peut apprendre sur les « musiques du monde ». Sur Internet, vous pouvez découvrir que dans les années 70 en Somalie, il y avait un courant musical qui mélange la musique indienne, la musique arabe et toutes les musiques de la région nubienne. Sur Internet, on peut lire des blogues musicaux ou des critiques musicales ; on peut éplucher et découvrir plein d'artistes, à travers des reportages, ou à travers leurs portraits ou leurs interviews. On y apprend plein de petites choses tous les jours qui donnent envie d'en apprendre davantage et d'aller à la découverte de certaines musiques ou de certains artistes en les écoutant. Quand j'étais bien plus jeune et que je voulais par exemple apprendre à connaître les musiques roumaines et tziganes, il fallait me déplacer dans un magasin Archambault et là je cherchais dans le rayon Europe de l'Est et je prenais tous les disques que je pouvais acheter pour aller les écouter. Mais aujourd'hui, certains de ces disques sont accessibles et dispos sur les plateformes de *streaming*. De plus, on peut accéder à toute une documentation et à beaucoup d'information sur les plus grands maîtres des traditions musicales dans différents pays. La découvrabilité, c'est aussi directement lié à la grande accessibilité qu'on a aujourd'hui à une multitude de connaissances musicales, lorsqu'on a la curiosité de s'intéresser à d'autres cultures, à d'autres musiques qu'on ne connaissait pas.

96

Avec Gypsy Kumbia Orchestra (GKO), nous avons la chance d'avoir un public proche et dévoué qui nous suit depuis des années parce qu'il s'intéresse au fait que nous conservons justement l'authenticité de fond qui caractérise notre musique, même lorsque nous ratissons plus large avec une variété de chansons qui revisitent les musiques des Andes et les musiques indiennes, avec des influences québécoises, comme sur notre dernier album *VelkomBak*, sorti en 2020.

Aujourd'hui, ce qui attire le public et ce qu'il recherche en termes de découverte musicale, c'est aussi l'audace et la qualité artistique, la signature vocale unique et envoûtante d'un artiste (comme Billie Eilish), l'histoire en toile de fond (back story) du succès d'un artiste, mais aussi l'envie des auditeurs d'explorer la diversité musicale au-delà du mainstream dont ils sont saturés.

Il ne faut pas négliger le fait que toute stratégie de découvrabilité nécessite également d'avoir accès à un bon réseau de curateurs de contenus sur les plateformes et de relationnistes de presse dotés d'un bon budget. Pour sortir du petit marché du Québec et être découvrables dans l'ensemble du Canada, et pour percer/rayonner sur les grands marchés que constituent les États-Unis et l'Europe, on doit avoir les moyens de ses ambitions et cela passe par beaucoup de stratégies de promotion et de mise en valeur hors-ligne et en ligne.

En ce qui me concerne, mon approche, c'est de m'associer à des projets et de collaborer avec des groupes qui ont idéalement déjà des personnes qui s'occupent de leurs relations de presse. Je n'essaie pas moi-même de faire tout seul de la promotion, dans mon coin. Si on doit aller en tournée en



Colombie, il faut embaucher quelqu'un qui s'occupe de faire le tour de chaque média, d'organiser des entrevues, et qui s'assure qu'on parle de nous dans des chroniques culturelles, des blogues/portails, des magazines spécialisés en ligne ou au sein des groupes de professionnels ou de certaines communautés de *fans* sur les plateformes et réseaux sociaux. C'est un travail gigantesque et qui requiert beaucoup de moyens financiers. Cruelle réalité de notre industrie et de notre monde capitaliste !

Cela dit, en considérant que toute musique est porteuse de l'identité culturelle du groupe où elle prend naissance et que les « musiques du monde » constituent les expressions particulières ancrées dans des territoires précis, la promotion et la découvrabilité de cette diversité d'expressions culturelles constitue aussi un enjeu important de souveraineté culturelle dont les États et gouvernements doivent se saisir en soutenant les artistes/musiciens et en faisant rayonner leurs œuvres dans l'environnement numérique.

97

Crédit photo : Charles-Olivier Bourque



#### 4.13. Wesli, jeune prodige des « musiques du monde » qui associe ses racines musicales du vaudou et du rara haïtien avec l'afrobeat et le hip-hop

Vivant à Montréal depuis 2001, je suis un chanteur, guitariste et auteur-compositeur-interprète d'origine haïtienne. Ma passion pour la musique remonte à une époque de ma petite enfance où j'ai dû fabriquer ma première guitare avec un bidon d'huile et du fil de pêche. Ma carrière musicale s'est véritablement lancée avec ma participation à divers grands festivals dont les Nuits d'Afrique, les Francofolies, le Festival international de jazz de Montréal, la Franco-Fête de Toronto, l'APAP de New York et le Babel Med Music de Marseille en France. Avec des influences aussi variées que Manu Chao, Bob Marley, Alpha Blondy, Super Diamono de Dakar, Cesaria Evora, Fela Kuti, Paul Simon, Edi Mitchell ou encore Malavoi, mon groove musical associe les racines du vaudou et du rara (un instrument traditionnel emblématique) d'Haïti aux styles roots, à l'afrobeat et au hip-hop. Je fais une musique engagée, porteuse de message de paix, de justice et d'égalité pour tous.

## **Musiques internationales, une alternative qui reflète mieux la catégorisation désuète des « musiques du monde »**

J'appartiens à la catégorie « musiques du monde » et je l'assume parce que c'est l'appellation par laquelle le milieu musical et la majorité des mélomanes reconnaissent ma musique. C'est une catégorisation par défaut qui permet à l'industrie d'identifier la musique que je fais. J'ai par exemple remporté plusieurs prix internationaux et même le prix JUNO de l'Album de l'année 2019 de « musiques du monde ».

Par ailleurs, quand on connaît les grands noms et les références de cet univers musical, c'est quand-même une fierté et un privilège d'assumer leur filiation et d'être considérés comme leurs héritiers, et surtout de faire partie des musiciens du monde avec tous les artistes d'origines et de cultures différentes qui sont également associés à cette musique. Ce qui doit surtout nous interpeller, c'est pourquoi de nos jours les artistes de cette catégorie ont autant de mal à émerger malgré la diversité musicale qu'ils représentent et la richesse des propositions artistiques qu'ils apportent à l'industrie dans sa globalité.

Il est vrai que le contexte historique d'invention de cette appellation soulève des enjeux controversés par rapport à la manière dont des *labels* occidentaux ont essayé de nous identifier et de nous classer sur la base de motivations purement économiques/commerciales et sociopolitiques propres à une époque donnée, et dans lesquelles on ne se retrouve pas ou que tous les artistes de notre communauté n'assument plus aujourd'hui. Il faut dire que c'est un problème avec un emballage qui ne reflète plus et ne valorise pas assez tout ce qu'il y a à l'intérieur comme contenu. Cette situation a engendré un problème qui fait en sorte qu'il y a de multiples perceptions erronées des « musiques du monde » et que la nouvelle génération de musiciens africains, caribéens, latinos souhaitent plutôt qu'on reconnaisse leurs musiques sur la base d'autres critères plus contemporains et qui tiennent compte de l'évolution même de la trajectoire des « musiques du monde » au cours des trois dernières décennies. On préfère aujourd'hui qu'on parle de musiques internationales car cela reflète l'appartenance à une communauté mondiale de musiques et de musiciens qui ont leurs propres styles, leurs influences et itinéraires. Même l'Académie des arts et des sciences de l'enregistrement, qui organise chaque année aux États-Unis les Grammy Awards, a dû renommer récemment cette catégorie en l'appelant cette fois-ci « Global Music ». Cela montre qu'il y avait un petit malaise et que beaucoup de gens étaient un peu gênés par rapport aux différentes connotations derrière l'expression *World Music*.

98

### **Découvrabilité et adoption par un public international**

La rencontre entre un artiste et son public est d'abord une affaire de marketing : le *branding* de l'artiste, la rédaction de sa biographie musicale, la manière dont l'artiste est présenté/se présente au public, le packaging et les stratégies de distribution de ses œuvres ; tout cela peut faire une différence !

En ce qui concerne la langue, elle ne constitue pas un handicap car le langage de la musique est un langage universel. L'avantage de la musique, c'est qu'elle parle directement à l'émotion. Durant mon enfance, on allait écouter des musiciens cap-verdiens qui remplissaient des stades de foot en Haïti et leurs musiques nous touchaient même lorsque ces artistes chantaient en portugais et dans d'autres dialectes qu'on ne comprenait pas. Ce qui importait, c'est que la communion des foules faisait en sorte que ces musiques étaient comme des thérapies collectives, comme un moyen d'exprimer et de partager des émotions, un *feeling* ! Au Portugal, en Espagne, ou en Suisse lorsque je fais des spectacles et des concerts en chantant en créole, il n'y a quasiment personne qui comprend les paroles, mais pourtant cela n'empêche pas le public d'être

touché, d'être réceptif, d'essayer même de fredonner des refrains avec moi et tout le monde dansait en communion sur ces musiques. Le public peut découvrir un artiste de manière fortuite, naturelle ou organique. Mais l'artiste ne peut pas se contenter de créer son *single*, son mini-album (EP) ou son album et d'attendre simplement que le public vienne à lui. Il est nécessaire d'accompagner les artistes qui font de la musique du monde dans leurs stratégies de marketing et de commercialisation. Et sur cet aspect, il y a un problème d'accès aux ressources humaines, techniques et financières. En termes de marketing et de promotion, les plus gros budgets sont consacrés aux musiciens qui font de la pop. Il m'est arrivé par exemple de prendre ma guitare et d'aller me produire (avec mes fonds personnels) sur des scènes au Portugal, en Colombie ou au Mexique pour élargir mon public et mieux faire découvrir ma musique au-delà du Québec et du Canada. Lorsque j'allais frapper à certaines portes pour demander du soutien pour faire ma promotion, il est déjà arrivé qu'on me réponde que cette musique que je fais se laisse découvrir naturellement ; et pourtant lorsqu'on ne fait rien, notre musique n'est pas écoutée et on ne rejoint pas un public plus large.

Le numérique a permis à la musique d'être démocratisée et beaucoup plus accessible, notamment depuis l'avènement du format MP3. C'est un point très positif. Toutes les sortes de musiques peuvent être découvertes, écoutées, partagées par n'importe qui, n'importe où, ou instantanément sur Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, etc... et cela peut même devenir viral. Tout cela contribue à faire connaître des artistes qui n'ont pas de moyens de se faire connaître autrement.

Ce qui en revanche est moins positif, c'est le fait que la musique se retrouve noyée dans un océan de contenus et d'informations sur le Web. Ce qui pose un problème pour capter l'attention du public qui peut mettre plus de temps pour tomber sur une bonne musique ou pour découvrir un nouvel artiste. L'autre inconvénient de l'ère numérique, c'est toute la question de la juste rémunération des créateurs. En effet, tout le travail de création de contenu repose sur nous, les artistes. Mais il y a une captation et un détournement de la valeur par les plateformes de distribution numériques. La chaîne de redistribution des redevances ne nous permet pas véritablement de vivre de notre musique, si on ne fait pas des concerts et si on ne se produit pas en spectacles. On se bat pour avoir une visibilité et pour être mise en valeur par un distributeur qui dépend en réalité de notre création en amont et finalement en cliquant sur OK, ce distributeur a tous les droits de faire ce qu'ils veulent avec notre musique. Les artistes indépendants ne sont pas non plus respectés et seuls les artistes produits par des *labels* reconnus tirent leur épingle du jeu en termes de visibilité. On peut ainsi voir des écarts entre des artistes *pop* et des artistes *underground*. Tous ces problèmes se répercutent et sont même accentués dans l'environnement numérique. Les artistes qui sont catégorisés comme faisant des « musiques du monde » ont beaucoup de mal à accéder à des listes de lecture populaires sur Spotify ou Apple Music. Même lorsqu'on sollicite un curateur ou un responsable de liste éditorialisée, il te dira que sa liste de lecture thématique est juste ciblée sur la musique pop, la musique urbaine, l'électro-funk, etc. Et on finit par avoir l'impression que notre musique n'est pas assez bonne ou n'est pas bien catégorisée pour pouvoir apparaître ou remonter dans les listes de lecture les plus visibles et les plus écoutées. De là, la chance d'avoir une visibilité et d'être reconnue est vraiment mince. C'est un cercle qui peut vite devenir très vicieux.

# Section 5

100

Synthèse des entretiens  
et pistes d'action pour une  
meilleure mise en valeur  
des musiciens et  
musiciennes de la diversité  
culturelle canadienne à l'ère  
des plateformes numériques

Plusieurs observations peuvent être retenues à l'issue des entretiens réalisés avec les musiciens de la scène de la diversité culturelle canadienne. D'abord, plusieurs artistes que nous avons interrogés ont montré à quel point les obstacles à leur découvrabilité ainsi que les difficultés liées à la circulation et à la consommation de leurs œuvres pourraient être reliées à leur catégorisation dans les « musiques du monde », une catégorie qui s'apparente à un agrégat composite englobant des « musiques traditionnelles », des « musiques métissées », des « musiques internationales » ou encore des « musiques d'ailleurs ». Cet « ailleurs » est avant tout une utopie au sens littéral : il renvoie avant tout à ce qui n'est pas produit « directement » par les industries musicales des pays du Nord. Cette référence à peine voilée à l'Afrique, aux Caraïbes, à l'Amérique latine et à l'Orient renvoie pour les artistes à un imaginaire sociogéographique qui se retrouverait dans les qualités esthétiques « primaires » de la Musique, à savoir les rythmes et instruments associés à ces zones géographiques. Les approches musicologiques (composition, modes, gammes, histoire) ne semblent pas rentrer en ligne de compte. Ainsi, le fait que l'appellation même de « musiques du monde » renvoie à une catégorie Marketing (industrielle) plutôt qu'à une catégorie musicale (socio-esthétique) est problématique compte tenu des tensions et des perceptions qu'engendrent cette catégorisation par rapport à la pertinence et à la légitimité des objets musicaux qu'elle est censée regrouper.

L'ensemble des discours<sup>86</sup> sur les « musiques du monde », et les nombreux imaginaires de l'altérité qu'elles transportent, contribuent ainsi depuis trois décennies à produire une continuité historique liée à l'étiquetage de la « *World Music* ». Cela crée une relation généalogique avec d'autres catégories musicales qui, au-delà d'une distinction stylistique, a tendance à exacerber le caractère exotique de ces « musiques du monde » pour les utiliser comme faire-valoir auprès du grand public occidental qui avait besoin de renouveler son expérience de découverte musicale<sup>87</sup>. La production géographiquement éparse de ces musiques semble par ailleurs poser un problème à leur ancrage local ou territorial. Ces musiques ont toujours semblé à la fois des musiques internationales et locales.

Par ailleurs, les différents artistes, bien que participant activement à différents festivals, événements culturels et concours/prix labellisés « musiques du monde » se sentent pour la plupart appartenir à des univers stylistiques qui transcendent une seule catégorie. Leur appartenance multiple est aussi associée plus à leurs origines culturelles plus qu'aux attributs géographiques et linguistiques de leurs œuvres. À cet égard, il est noté à plusieurs reprises que le fait de chanter dans une langue minoritaire (créole, brésilien portugais, wolof, lingala, malinké, bambara, minan, swahili, etc.) est avant tout fait dans une logique d'authenticité artistique, mais cette logique semble être reniée par les logiques propres à l'industrie qui catégorisent ces contenus de fait dans les « musiques du monde ». Ainsi, faire du Hip-Hop ou de la musique électronique dans une langue africaine est labellisée comme « musiques du monde » et non musique urbaine. La catégorie « musiques du monde » est donc une catégorie par défaut qui ne reflète pas les attentes artistiques, mais les catégories industrielles. D'ailleurs, sur l'enjeu de la multiplicité des langues chantées en « musiques du monde », plusieurs stratégies professionnelles adoptées par l'industrie musicale obligent dorénavant les artistes à : traduire leurs chansons selon les marchés ciblés, sous-titrer les paroles dans leurs clips vidéo sur YouTube, développer des sites Web dédiés à la retranscription et à l'explication des paroles de chanson,

86 Simon Frith, « The Discourse of World Music », dans Born, G. et Hesmondhalgh, D. (dir.), *Western Music and its Others: Difference, Representation, and Appropriation in Music*, California, University of California Press, 2000, p. 305-322. <https://journals.openedition.org/communication/7607>

87 Sophie Maisonneuve, « L'économie de la découverte musicale à l'ère numérique. Une révolution des pratiques amateurs ? », *Réseaux*, 2019/1 (n° 213), p. 49-81. <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2019-1-page-49.htm>

ou encore réaliser des featurings avec d'autres artistes internationaux qui peuvent chanter un refrain en anglais<sup>88</sup>.

Les artistes des « musiques du monde » expriment leurs visions de la diversité musicale et culturelle en démontrant d'une capacité impressionnante à puiser dans leurs multiples influences et dans différentes cultures pour créer des œuvres qui défendent un brassage et un universalisme musical dans lequel les frontières (nationales, culturelles, linguistiques et musicale) n'ont aucune légitimité. Ainsi, les musiciens issus de la diversité culturelle au Québec et au Canada se présentent tous comme des acteurs de la diversité socio-musicale et exploitent le manque de définition claire de la catégorie « musiques du monde » pour affirmer leurs spécificité artistique (plus que leur authenticité) et leur statut revendiqué de passeur de frontières, de traditions et de mémoires culturels. Il faut aussi dire que dans chaque région du monde, dans chaque grande capitale, il y a des identités musicales propres qui se construisent à travers les influences éclectiques dont les artistes sont tributaires et à travers l'ensemble des univers musicaux auxquels les amateurs sont exposés. Les habitants de Kinshasa n'écoutent pas que de la rumba congolaise et la culture musicale qu'ils construisent est totalement différente de celle qui était mise de l'avant dans les années 70-80 au Congo.

Selon les artistes interviewés, un des problèmes liés à cette catégorie de « musiques du monde » est la présence de musiques ayant des fonctions sociales très différentes, mais étant toutes folklorisées. Ainsi, les musiques savantes y côtoient les musiques rituelles, les musiques traditionnelles y côtoient les musiques urbaines « africaines » ou encore les musiques « fusion » produites par les diasporas dans les pays du Nord. Cette folklorisation a les avantages de ses défauts : si elle permet de rendre visible aux yeux du grand public certaines cultures locales, elle réduirait dans le même temps ces cultures à des cultures traditionnelles « uchroniques », n'ayant pas changé depuis des siècles, reflétant les pathologies sociales du processus de reconnaissance : être reconnu des industries musicales signifie devenir dépendant de ses catégorisations. Alors que les artistes et promoteurs s'attachent le plus souvent à présenter leurs musiques dans toute leur complexité (sociale, musicale, historique, etc.), les industries musicales auraient plutôt tendance à opérer un réductionnisme par le biais de la catégorie « musiques du monde ». L'ensemble des acteurs souligne toutefois que, pour vivre de leur art, ils n'ont pas le choix que d'accepter ce folklorisme réductionniste et cette rationalisation marchande de leurs expressions artistiques.

En outre, les enquêtés semblent très préoccupés par leur visibilité et leur découvrabilité, condition jugée *sine qua non* de leur existence artistique. À l'heure où l'offre musicale n'a jamais été autant accessible et pléthorique en ligne, les musiciens de la diversité culturelle canadienne peinent encore à être visibles et à tirer profit de manière optimale des nouveaux modes et des nouveaux circuits de production et de distribution numériques de la musique. La quête de visibilité n'est pas tournée vers les publics déjà fidélisés, mais plutôt vers les nouveaux publics à conquérir, c'est-à-dire les marchés occidentaux. En effet, la nouvelle économie des plateformes fait que les retombées pour les ayants droit sont directement conditionnés par le succès et la performance de leurs œuvres musicales en termes de nombre d'écoutes ou de *likes*. Beaucoup d'artistes soulignent, qu'en dehors des plateformes de *streaming*, leurs musiques ne suffisent pas pour être écoutés, et que leur capacité à toucher de nouveaux publics tient de la mise en récit de leurs parcours personnels plus que de leurs démarches artistiques. Ainsi, la diversité de leurs musiques doit être mise en relation avec leurs parcours personnels de

88 Michael Spanu, « Pour une approche critique de la diversité des langues chantées dans les musiques populaires à l'ère de la mondialisation numérique », *Questions de communication*, 2019/1 (n° 35), p. 281-303.  
<https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2019-1-page-281.htm>

«représentants de la diversité» (en France ou au Québec). Afin que leurs musiques soient écoutées (et mieux consommées), les enquêtés pointent la nécessité, selon l'industrie et les fonds subventionnaires, de mettre en récit le parcours personnel et migratoire<sup>89</sup> pour justifier leur démarche esthétique auprès du grand public (et parfois même des jurys de subvention). Cette visibilisation par portrait est vécue comme un impératif professionnel dès lors que l'on participe de l'industrie musicale, mais peut parfois tendre vers un certain misérabilisme ou sensationnalisme. Inversement, beaucoup aimeraient que leurs portraits et parcours soient découverts après l'écoute et la découverte de leurs musiques.

Avec la révolution numérique, le potentiel de découvrabilité des «musiques du monde» pourrait être accru si les flux éditorialisés par les humains (les curateurs) et les recommandations automatisées (des algorithmes) des plateformes de *streaming* musicaux permettaient de les mettre davantage en valeur parmi les millions de titres disponibles sur les catalogues.

Comme nous le confiait Alain Brunet : «Le problème le plus important de la découvrabilité en musique, c'est la multiplication exponentielle des contenus et des fichiers musicaux accessibles et circulant en ligne, qui crée une cacophonie hallucinante de l'offre. En ce moment, il devient de plus en plus complexe de faire la recommandation idéale s'adressant à un individu unique et dans des contextes uniques, car aucun outil ne permet d'anticiper très précisément les goûts de chacun. Les personnes qui font de la prescription et la curation de contenus, sont généralement des compléments et des complices des algorithmes, et non l'inverse. Les algorithmes de recommandation se fondent principalement sur la similarité des goûts et sur l'historique de navigation. On développe des logiciels de plus en plus sophistiqués qui vont être capables d'identifier ce qui vous intéresse à telle heure, en termes de fréquence rythmiques, d'intensité sonore, de styles, de *pattern* mélodiques, de progressions harmoniques, etc... Mais finalement tout ce qui vous sera recommandé, ce sont des contenus qui vous sont familiers au départ. Donc finalement, vous êtes emprisonnés dans une chambre d'écho de certitudes et vous avez l'impression de découvrir plein de choses alors que vous découvrez les contenus de la même catégorie. Il faudrait réfléchir à une nouvelle forme d'agrégation de contenus musicaux fondée sur la prise de risques. La façon dont l'offre culturelle numérique s'est développée et est structurée au cours des dernières années, c'est totalement à l'inverse du développement de la curiosité et de l'éclectisme extrême. Les valeurs de l'ouverture et de la découvrabilité, au vrai sens du terme, ne sont pas véhiculées dans l'environnement numérique actuel. Je ne suis pas contre les processus automatisés de recommandation, mais il faut un contre-pouvoir aux algorithmes»<sup>90</sup>.

## Pistes de solution

Des stratégies doivent être donc pensées et élaborées pour permettre aux «musiques du monde» de reterritorialiser les flux globaux ou de créer leurs propres flux et de gagner la bataille de l'attention, en défrichant de nouveaux territoires d'écoute. Elles doivent faire partie de ce que les plateformes considèrent comme de la musique écoutable ou recommandable d'aujourd'hui et de ce que les créateurs de tendances jouent et font découvrir comme nouveaux sons au public mondial.

89 Comme l'explique si bien Laurent Aubert : «Les musiciens migrants sont ainsi amenés à se situer par rapport à leur culture d'origine, tout comme ils doivent trouver leur place dans leur nouvel environnement, y compris vis-à-vis de leur propre diaspora.». Laurent Aubert, «Du "bon usage" des musiques du monde. Questions sur une éthique de la diversité culturelle.» *Les Cahiers de la Société québécoise de recherche en musique*, volume II, numéro 1-2, mars 2010, p.27, pp. 21-29. <https://doi.org/10.7202/1054020ar>

90 Propos recueillis dans le cadre d'une entrevue accordée par Alain Brunet (vendredi, le 16 avril 2021).

1. Sur la base de toutes ces observations, il importe en premier lieu de travailler à redéfinir la catégorie musicale des « musiques du monde » en tenant compte de la sémantique utilisée par les machines (les moteurs de recherche, les outils de référencement, les algorithmes, les métadonnées, etc.) pour reconnaître ces musiques. Il sera donc nécessaire de répertorier tous les mots signifiants utilisés à travers le Web pour décrire, pour documenter, pour rechercher/retracer et pour repérer à partir de catégories institutionnalisées ce type de musiques et les musiciens qui les pratiquent. Il s'agira à partir de là de créer un nouveau modèle d'indexation musicale (spécifiquement pour les « musiques du monde ») en réalisant une classification par experts et par taxonomie<sup>91</sup>, afin de redéfinir de manière cohérente les différents styles et sous-genres musicaux de la grande famille des « musiques du monde », et ce à des fins de prescription musicale et de patrimonialisation.
2. En deuxième lieu, il serait également utile de recourir aux avancées de l'intelligence artificielle (et en particulier le Machine Learning) afin d'expérimenter une analyse spectrale et une description musicale automatisée des « musiques du monde ». Il s'agirait plus précisément de s'appuyer sur des logiciels de reconnaissance, d'extraction et d'analyse automatisés du signal audio d'un échantillon représentatif de titres musicaux, associés à la catégorie « musiques du monde », pour pouvoir établir une nomenclature à partir de l'étude des caractéristiques communes, des cohérences et du recoupement d'informations objectives sur le rythme, la percussivité, la tonalité et les fréquences utilisées dans ces musiques<sup>92</sup>.
3. Troisièmement, nous recommandons fortement que des initiatives soient prises, sous le leadership des Productions Nuits d'Afrique, pour garantir la patrimonialisation des représentations mémorielles de la scène montréalaise/québécoise/canadienne des « musiques du monde », à travers un processus d'archivage numérique, qui permettra via un site portail ou vitrine de donner accès au grand public et aux professionnels et de favoriser la consultation en ligne de manière fluide des récits liés à la riche histoire musicale de cette scène et des musiciens qui la font vivre depuis des décennies. Ce site peut avoir pour vocation de donner une visibilité aux souvenirs « ordinaires » et « extraordinaires » de l'itinéraire montréalais des « musiques du monde » au pays en faisant un travail d'inventaire centralisé, de numérisation, de structuration et d'exposition en ligne d'un ensemble de trésors tels que : des biographies artistiques, des films documentaires, des clips, des vidéos de concerts/spectacles et tout autre type d'archives audiovisuelles, ainsi que des magazines, des coupures de presses.
4. Quatrièmement, la COVID-19 nous ayant démontré l'importance accrue de la production et de la diffusion des vidéos de performances musicales et de concerts virtuels (livestreaming) sur Internet, il s'avère pertinent de mener une réflexion prospective sur l'évolution numérique de la musique dite live et sur les nouveaux défis induits par les pratiques numériques de captation audiovisuelle ainsi que leurs implications sur la diffusion (via les plateformes) et sur la réception de l'expérience musicale dans toutes ses dimensions techniques, artistiques, esthétiques, culturelles et mémorielles.
5. Une cinquième recommandation peut être faite spécifiquement à l'endroit des professionnels de l'industrie musicale (notamment les producteurs et les distributeurs), ils doivent

---

91 Sous-ensemble de vocabulaire contrôlé organisé selon une structure hiérarchique.

92 Voir Rémi Bouton, « Musique, laboratoire de l'ère numérique : de la culture de l'accès à la recommandation », *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), 2014, n° 2, p. 14-25.  
<https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2014-02-0014-002> ISSN 1292-8399.



s'assurer d'apporter tout l'accompagnement nécessaire aux artistes qui collaborent avec eux, dans l'optique de les outiller et de les soutenir dans toutes leurs démarches et stratégies de mise en marché, de commercialisation, de promotion, de mise en visibilité, et de gestion de leurs droits, y compris dans l'environnement numérique. Les artistes ont également un besoin vital de se faire entourer et de se sentir appartenir à une communauté artistique, une communauté de pratiques soudée avec laquelle ils partagent les mêmes valeurs d'ouverture, de partage et d'entraide, y compris lorsqu'il s'agit de se mobiliser autour d'enjeux de sous-représentativité, de diversité culturelle et de rémunération équitable par rapport aux menaces que font peser les géants mondiaux du numérique sur les industries culturelles et créatives locales/nationales.

6. Enfin, la découvrabilité étant une question qui fait appel à des responsabilités partagées, c'est aussi de la responsabilité des décideurs publics de faire de la découvrabilité des contenus musicaux originaux et authentiques un objectif de politique publique de soutien à la diversité musicale, en activant des leviers réglementaires. Ceux-ci peuvent s'appuyer sur des mesures concrètes comme le fait d'inciter ou de contraindre les plateformes numériques à recommander et à mettre davantage en valeur les musiques québécoises et canadiennes, de telle sorte à bien refléter toute leur riche diversité en ligne.

# Conclusion

106

Cette étude constitue bon instrument de compréhension des dynamiques du capitalisme global ayant conduit au processus d'étiquetage des « musiques du monde » depuis plusieurs décennies. Elle a mis en exergue, tant par des aspects d'études des perceptions des artistes que par des considérations musicologiques<sup>93</sup> et une analyse des plateformes de *streaming* musical, la reconfiguration des rapports de force hégémonique entre les cultures musicales du « monde occidental » et celles du « reste du monde ».

Si les artistes et interprètes québécois/canadiens des « musiques du monde » sont confrontés à des problèmes de reconnaissance, de valorisation, de visibilité, de découvrabilité et de rayonnement de leurs créations et de leur savoir-faire, nous avons vu grâce à cette recherche les différents facteurs pouvant expliquer cette situation et les pistes d'action pour y remédier. La prise de conscience à laquelle cette étude appelle vise entre autres à provoquer un déclic en termes de sensibilisation, de plaidoyer et de mobilisation autour d'enjeux de sous-représentation et d'invisibilisation de certaines expressions culturelles minoritaires ; des enjeux qui sont trop longtemps restés marginaux dans les débats sociétaux et dans les sphères culturelle, médiatique et politique du Québec et du Canada. Ce n'est plus le temps de minimiser, ni de dévaloriser les productions et les talents artistiques relevant d'origines géographiques et de démarches authentiques extraordinairement diversifiées ici au Canada ou même ailleurs dans le monde. L'imaginaire exotique d'un pluralisme harmonieux et d'une mondialisation heureuse que suggérait la *World Music* en se voilant derrière un vaste projet commercial et de marketing, a désormais cédé sa place à un paysage musical mondial caractérisé par une flexibilité musicale et par la fluidité de ses frontières. Les musiciens du monde font preuve désormais d'une diversité créatrice pour s'affranchir d'un champ sémantique spécifique et pour déconstruire leur appartenance à une catégorie figée à laquelle ils ont toujours du mal à s'auto-identifier, en composant des *mashup* et des mélanges musicaux très originaux. Pour ces artistes qui savent s'adapter aux temps nouveaux et à des publics étrangers, leur inscription dans la modernité n'est plus perçue comme une perte d'authenticité comme autrefois ; surtout lorsque cette modernité se nourrit simultanément de brassages transnationaux<sup>94</sup> et de traditions musicales fortes, liées à leur pays d'origine et au socle de leur identité culturelle.

107

Ces dynamiques de circulation et de réappropriation des sonorités mondiales contribuent à une certaine réinvention des « musiques du monde », favorisées par diverses technologies musicales et de nouvelles cultures numériques qui ont démocratisé la création et le partage des produits musicaux. La meilleure illustration qu'on peut en donner est sans doute celle de la cumbia digitale<sup>95</sup> (encore appelée *global bass*) qui constitue une nouvelle sorte de musique du monde de l'ère numérique (*World Music 2.0*), avec des musiques comme le kuduro angolais, le funk carioca ou le kwaito sud-africain), attirant un public jeune et branché. Les amateurs de « musiques du monde » ont ainsi de plus en plus de possibilités de découvrir et de consommer aujourd'hui les artistes et la musique qu'ils aiment, grâce entre autres aux nouveaux modes d'écoute et de diffusion de musiques, principalement la vidéo<sup>96</sup> de courte durée et le *livestream*.

---

93 Julien Mallet, « "World Music". Une question d'ethnomusicologie ? », *Cahiers d'Études africaines*, vol. 168, no LXII-4, p. 831-852, 2002

94 Alix Bénistant, « La transnationalisation de l'industrie musicale à Miami. De l'émergence d'une scène locale à la circulation globale de contenus "latino" », *Communication*, 35 (1), 2018. <https://journals.openedition.org/communication/7607>

95 Diego Alonso-Arevalo, Les espaces du possible dans les vidéoclips de la cumbia et du folklore digital latino-américain : Modernités alternatives, esthétiques de l'hybridité. Musique, musicologie et arts de la scène. Thèse de doctorat, Université Côte d'Azur, 2021, p.209-210. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-03533035/document>

96 Marc Kaiser et Michaël Spanu, « "On n'écoute que des clips !" Penser la mise en tension médiatique de la musique à l'image », *Volume ! [En ligne]*, 14 : 2, 2018, <http://journals.openedition.org/volume/5658>

Toujours est-il que malgré la démocratisation de la production et de la diffusion/distribution numérique de la musique, seule une infime minorité des musiciens de la diversité culturelle canadienne (surtout ceux originaires de l'Afrique) peuvent se prévaloir d'atteindre un auditoire mondial et de rayonner à l'international, en dehors du cadre des festivals internationaux de « musiques du monde ». Les causes de cette situation sont diverses et doivent encore être documentées par des études et des recherches plus approfondies, mais on peut déjà émettre l'hypothèse qu'une partie des explications relèverait de facteurs et d'obstacles plus économiques<sup>97</sup> que culturels. Par ailleurs, à moins d'être une méga-vedette, les algorithmes et le système de rémunération des plateformes ne favorisent pas les artistes locaux issus de pays représentant des petits marchés. C'est d'ailleurs pour cette raison que les artistes sont de plus en plus contraints de diversifier leurs sources de revenus et se tournent notamment vers les concerts ou les produits dérivés : « À l'heure actuelle, selon le Conseil international de la musique, 5 % des artistes perçoivent 95 % des redevances au titre de services de diffusion en continu. Auparavant, 20 % des artistes percevaient 80 % des redevances au titre de services de diffusion en continu, ce qui amène à conclure que la diversité est en voie de disparition. De surcroît, un certain nombre de services de téléchargement n'assurent pas une rémunération équitable aux artistes. Le Conseil international de la musique estime que les artistes ne gagnent chaque année que 20 dollars des États-Unis par utilisateur via Spotify et seulement 1 dollar des États-Unis via YouTube. Alors que certains chanteurs, compositeurs et musiciens ont eu accès à de nouveaux publics grâce à l'Internet, que ce soit dans leur pays ou à l'étranger, les principaux acteurs de l'industrie musicale continuent d'être en position dominante.<sup>98</sup> »

Après avoir brièvement exploré quelques catégories d'auditeurs et les expériences des « musiques du monde » afférent, nous en sommes arrivés à une conclusion pour le moins paradoxale. La catégorie de « musiques du monde » est inopérante pour la majeure partie des catégories d'auditeurs présentées, mais ces catégories représentent avant tout des « connaisseurs », ou bien des personnes qui prétendent l'être. Inversement, du point de vue des professionnels, qui organisent la circulation et la découvrabilité des contenus, et du point des auditeurs lambda, qui cherchent à faire de nouvelles expériences musicales, la catégorie de « musiques du monde » reste tout à fait pertinente et efficace.

En effet, la plateformes des contenus culturels a entraîné des changements profonds dans les modes de consommation et de circulation des contenus notamment musicaux. Ainsi, dans le cadre de la recommandation algorithmique, l'enjeu des professionnels est de démultiplier le nombre d'auditeurs et de s'adresser au public le plus large par une indexation des métadonnées pertinentes avant tout pour le grand public et les algorithmes qui classent et organisent la circulation des contenus. De ce fait, du point de vue industriel, la catégorie musique du monde devient opérante dans la mesure où les auditeurs lambda cherchent avant tout à faire, via les « musiques du monde », une expérience de nouveauté et de découverte, voire de l'altérité. Du point de vue des auditeurs lambda, la catégorie musique du monde apparaît comme un formidable moyen de découverte de contenus « exotiques », sans nécessairement avoir une connaissance poussée des styles et sous-genre qui composent les « musiques du monde ». Ainsi, abandonnant les formes de légitimation culturelle liée à une bonne connaissance des

97 Patrimoine canadien, Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens, <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/publications-politique-droit-auteur/incidence-economique-plateformes-diffusion-musique.html>

98 Unesco, *La culture et les conditions de travail des artistes : mettre en œuvre la Recommandation de 1980 relative à la condition de l'artiste*, Rapport élaboré par Garry Neil, 2019, p.37, 111p. [en ligne] . [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371790\\_fre](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371790_fre)

styles<sup>99</sup> musicaux que l'on retrouve chez les grands amateurs et les publics spécialisés, la catégorie musique du monde reste certainement le moyen de toucher un plus large public car cette catégorie remplit potentiellement le double objectif de découvrabilité des contenus « non-occidentaux » et de découverte de ces contenus par une large audience. Les capacités accrues d'indexation de métadonnées sur les contenus musicaux numériques devraient ainsi permettre d'accéder, via la large catégorie de musique du monde, à des informations plus précises pour les auditeurs lambda afin d'approfondir sans trop d'effort leurs connaissances partielle et partiale d'un style musical. Réciproquement, la bonne indexation devrait permettre aux publics spécialisés ainsi qu'aux grands amateurs d'accéder directement à leurs contenus de prédilection sans avoir à fouiller dans le large spectre des « musiques du monde ». *In fine*, il y a lieu de penser que le bon référencement des contenus musicaux relevant des « musiques du monde » pourrait aussi avoir un impact sur la classification et la recommandation algorithmique, ces derniers étant de plus en plus auto-apprenant et se fondant (tout du moins est-ce la promesse des plateformes de *streaming*) sur les pratiques d'écoute des auditeurs.

Somme toute, les « musiques du monde » renouvellent les cartographies d'influences musicales à travers le monde en étant elles-mêmes génératrices et sources d'inspiration pour des processus d'hybridation qui se démarquent des caractéristiques conventionnelles de la *World Music* des années 80. Il ne reste plus qu'à espérer qu'après les « sirènes de la *World Music*<sup>100</sup> », ce vent de renouveau soufflera aussi sur les milieux québécois et canadiens des « musiques du monde » et contribuera à une meilleure redéfinition, légitimation et reconnaissance stylistique de cette catégorie musicale, tout en favorisant les interactions/collaborations réciproquement bénéfiques pour la découvrabilité des musiciens et les professionnels de la musique du Nord et du Sud global.

---

99 « Partout, les amateurs de musique apprécient la richesse et la diversité des styles de musique. Outre les genres populaires bien identifiés, plus de 300 autres ont été cités par au moins une personne, parmi les 43 000 interrogées, comme étant la musique qu'elle écoute habituellement, y compris le ggom (musique house sud-africaine), l'axé (musique brésilienne, originaire du Nordeste), et la chanson Hokkien (pop Taïwanaise), traduisant ainsi la pluralité et le foisonnement du paysage musical dont jouissent les fans du monde entier. » <https://snepmusique.com/chiffres-ressources/la-consommation-de-musique-dans-le-monde-enquete-2021-ifpi/>

100 Denis Laborde, « Les Sirènes de la World Music », *Les cahiers de médiologie*, 1997/1 (n° 3), p. 243-252. <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-de-mediologie-1997-1-page-243.htm>

# Annexes

Grille d'entretien - Entretien individuel (Projet PNA / ORISON)

**Cible : Artistes, Producteurs et Distributeurs de musique,...**

Thèmes	Questions
<b>A</b> Trajectoire/ Parcours personnel (Portrait)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Depuis combien de temps êtes-vous un artiste, un producteur/ éditeur, diffuseur/distributeur de musique ?</li><li>2. Est-ce que vous identifiez/revendiquez/assumez une appartenance de vos œuvres ou productions musicales dans la catégorie Musiques du monde ». Si oui, depuis combien de temps ?</li><li>3. Dans quelle(s) langue(s) vos œuvres et créations ou celles que vous diffusez/distribuez sont-elles (Anglais, Français, Espagnol, langues autochtones, locales/nationales africaines) ?</li><li>4. Qu'est-ce qui vous a motivé ou inspiré à vous intéresser aux Musiques du monde ? Comment avez-vous découvert ou avez-vous été initié à ce type de Musiques ?</li><li>5. Quels messages ou valeurs véhiculez-vous au public à travers vos créations/productions de Musiques du monde ? Utilisez-vous les Musiques du monde pour exprimer un engagement pour une cause universelle ou une affirmation/revendication identitaire (comme par exemple la manifestation d'une contre-culture ou la décolonisation culturelle de la musique contemporaine ou populaire occidentale) ?</li></ol>
<b>B</b> Ontologie/ Classement et Catégorisation	<ol style="list-style-type: none"><li>6. Selon vous, que signifie l'expression « Musiques du monde » ? Qu'est-ce que cela vous évoque ? Est-ce un label commercial, un style, un type, un genre de musiques ?</li><li>7. Quelles sont les origines (historiques, géographiques, culturelles, identitaires) de cette catégorie musicale et quelles en sont les principales références ou artistes à succès (de l'époque et d'aujourd'hui) ?</li><li>8. Quelles sont les caractéristiques (en particulier les spécificités et les particularités) des Musiques du monde, qui justifient qu'on les distingue par rapport aux autres catégories d'œuvres musicales ? En quoi elles se distinguent, par exemple, de la catégorie « variétés internationales » ? S'agit-il typiquement de musiques dites « traditionnelles » ?</li><li>9. Qu'est ce qui fait l'authenticité des Musiques du monde ? Est-ce la diversité de leurs composantes ethniques, traditionnelles ou folkloriques ? Peut-on pour cette raison les considérer comme des « Musiques exotiques » ?</li></ol>

# B

## Ontologie/ Classement et Catégorisation

10. Selon vous, que signifie l'expression « Musiques du monde » ? Qu'est-ce que cela vous évoque ? Est-ce un label commercial, un style, un type, un genre de musiques ?
11. Quelles sont les origines (historiques, géographiques, culturelles, identitaires) de cette catégorie musicale et quelles en sont les principales références ou artistes à succès (de l'époque et d'aujourd'hui) ?
12. Quelles sont les caractéristiques (en particulier les spécificités et les particularités) des Musiques du monde, qui justifient qu'on les distingue par rapport aux autres catégories d'œuvres musicales ? En quoi elles se distinguent, par exemple, de la catégorie « variétés internationales » ? S'agit-il typiquement de musiques dites « traditionnelles » ?
13. Qu'est ce qui fait l'authenticité des Musiques du monde ? Est-ce la diversité de leurs composantes ethniques, traditionnelles ou folkloriques ? Peut-on pour cette raison les considérer comme des « Musiques exotiques » ?

# C

## Découvrabilité et Consomma- tion

14. D'après vous, quels sont les critères qui influencent le plus les habitudes et les préférences de découverte et de consommation musicale de nos jours : Est-ce les critères ethniques, les critères générationnels ou des critères de genre ? Et du point de vue de l'offre en ligne, quel facteur est le plus déterminant pour la découvrabilité des musiques du monde : Est-ce la popularité/réputation de l'artiste ou du label de production ? Le succès de l'œuvre et les bonnes critiques des professionnels ? Les tubes et tendances du moment ? La promotion, la visibilité, et l'exposition dont jouit l'œuvre (y compris sa recommandation sur les playlists les plus écoutées) ?
15. Qui sont aujourd'hui les auditoires (qui écoutent) des Musiques du monde (en dehors des diasporas) ? S'agit-il d'un public de niche ? De la génération X, Y ? Y a-t-il des effets de mimétisme social dans l'écoute des Musiques du monde ?
16. À quoi peut être due la popularité ou la non-popularité des Musiques du monde ? Est-ce une catégorie musicale qui bénéficie d'un attachement « sincère » du public amateur, découvreur ou consommateur qui l'adopte ?
17. Entre l'auditeur et la musique qu'il écoute, il y a un processus d'identification par lequel celui-ci apprécie les types et styles musicaux qui véhiculent et qui corroborent les mêmes valeurs et schèmes sociaux que ceux auxquels il s'identifie. Selon vous, comment l'identité et la culture peut être reliée au développement d'un goût musical exprimé pour les Musiques du monde ? Marketing utilisez-vous pour rejoindre votre public ou votre communauté de fans en ligne ?

# C

## Découvrabilité et Consomma- tion

18. Selon vous, comment fait-on aujourd'hui (et comment faisait-on avant) pour découvrir/consommer des artistes ou des albums de Musiques du monde ? Considérez-vous de manière générale que les Musiques du monde sont accessibles et facilement découvrables aujourd'hui ? Si oui, est-ce grâce à l'offre des plateformes de streaming musical ou aux nouvelles habitudes de consommation musicale en ligne ?
19. En tant qu'artistes/musiciens de la scène musicale canadienne/internationale (d'ascendance africaine ou issus des minorités ethnoculturelles), comment appréciez-vous votre visibilité et la découvrabilité/exposition et promotion de vos œuvres auprès des auditoires/publics canadiens ?
20. Quels outils/plateformes, quels types d'interactions et quelles stratégies de communication-marketing utilisez-vous pour rejoindre votre public ou votre communauté de fans en ligne ?



## Bibliographie

Diego **Alonso-Arevalo**, Les espaces du possible dans les vidéoclips de la cumbia et du folklore digital latino-américain : Modernités alternatives, esthétiques de l'hybridité. Musique, musico-logie et arts de la scène. Thèse de doctorat, Université Côte d'Azur, 2021, pp.209-210, 344p. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-03533035/document>

Arjun **Appadurai**, Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la mondialisation, Paris, Payot, 2008, 336 p.

Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM), « Écoute de la musique en streaming audio. Analyse et comparaison avec la radio », Janvier 2022, p.20, 58 p. <https://shortest.link/2Y2g>

Laurent **Aubert**, « Du « bon usage » des musiques du monde. Questions sur une éthique de la diversité culturelle. » *Les Cahiers de la Société québécoise de recherche en musique*, volume 11, numéro 1-2, mars 2010, p.27, pp. 21-29. <https://doi.org/10.7202/1054020ar>

Bertrand **Badie**, Marie-Claude **Smouts**, *Le retournement du monde, Sociologie de la scène internationale*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques / Dalloz, 1994

Ons **Barnat**, « Hybridité, authenticité et atteinte du succès international ; réflexion sur les processus de commercialisation de disques de world music », *Revue musicale OICRM*, 2(2), 2015, p. 133-153. <https://doi.org/10.7202/1060134ar>

Alix **Bénistant**, 2018, « La transnationalisation de l'industrie musicale à Miami. De l'émergence d'une scène locale à la circulation globale de contenus "latino" », *Communication*, 35 (1). <https://journals.openedition.org/communication/7607>

Peter **Berger**, « The Cultural Dynamic of globalization », dans Peter Berger et Samuel Huntington (eds), *Many globalizations : cultural diversity in the contemporary world*, Oxford, Oxford UP, 2002, 384 p.

Jean-Samuel **Beuscart**, Samuel **Coavoux**, Sisley **Maillard**, « Les algorithmes de recommandation musicale et l'autonomie de l'auditeur. Analyse des écoutes d'un panel d'utilisateurs de streaming », *Réseaux*, 2019/1 (n° 213), p. 17-47. <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2019-1-page-17.htm>

Elizabeth **Bockenfeld**, "Adapting & Appropriating Art from Afar: Negotiating a Global Identity Through Popular Culture, A Study of Salsa in the Senegalese Context" (2013). Independent Study Project (ISP) Collection. 1512. [https://digitalcollections.sit.edu/isp\\_collection/1512](https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/1512)

Laurent **Borde**, *Le terme de « Musiques du monde » doit-il disparaître ?*, 27 novembre 2020, <https://www.radiofrance.fr/francemusique/le-terme-de-musiques-du-monde-doit-il-disparaître-6304832>

Rémi **Bouton**, « Musique, laboratoire de l'ère numérique : de la culture de l'accès à la recommandation », *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, 2014, n° 2, p. 14-25. <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2014-02-0014-002> ISSN 1292-8399.

Marcus **Breen**, « The end of the world as we know it: popular music's cultural mobility », *Cultural Studies*, 9, 1995, p.486-504. <https://doi.org/10.1080/09502389500490531>

David **Byrne**, « *Crossing Music's Borders In Search Of Identity; 'I Hate World Music'* », *The New York Times*, 3 octobre 1999. <https://archive.nytimes.com/query.nytimes.com/gst/fullpage-9901EE-D8163EF930A35753CIA96F958260.html>

Tifenn **Clikemaillié**, « L'écoute de la musique continue de progresser dans le monde », *Les Échos*, 21 octobre 2021, <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/lecoute-de-la-musique-continue-de-progresser-dans-le-monde-1357181>

Johnson **Connell** et Chris **Gibson**, « World Music: Deterritorializing Place and Identity ». *Progress in Human Geography*, vol. 28, no 3, 2004, p. 342-361. <https://doi.org/10.1191/0309132504ph493oa>

Claude **Côté**, « Guillaume Moffet : l'homme de Barclay », 1er novembre 2019, <https://lecanalauditif.ca/chroniques/guillaume-moffet-lhomme-de-barclay/>

Émilie **Côté**, « Spotify, allié de la musique d'ici ? », *La Presse*, 17 mars 2018, [https://plus.lapresse.ca/screens/76bca0f9-3543-4015-8ebe-43615f0fdb27\\_\\_7C\\_\\_0.html](https://plus.lapresse.ca/screens/76bca0f9-3543-4015-8ebe-43615f0fdb27__7C__0.html)

Stephen **Cottrell**, "An Interview with Ben Mandelson", *Ethnomusicology Forum* 19/1, 2010, p. 57-68. DOI: 10.1080/17411911003754780

Andrew **de Waard**, Brian **Fauteux** & Brianne **Selman**, « Independent Canadian Music in the Streaming Age: The Sound from above (Critical Political Economy) and below (Ethnography of Musicians) », *Popular Music and Society*, 2022, DOI: <https://doi.org/10.1080/03007766.2021.2010028>

Michel Espagne, "La notion de transfert culturel", *Revue Sciences/Lettres* [En ligne], 1, 2013, <http://journals.openedition.org/rsl/219>

Simon **Frith**, « The Discourse of World Music », in Born, G. et Hesmondhalgh, D. (dir.), *Western Music and its Others: Difference, Representation, and Appropriation in Music*, California, University of California Press, 2000, p. 305-322 <https://journals.openedition.org/communication/7607>

Francesco **Giannattasio**, « L'esthétique e(s)t le marché: quelques réflexions sur le commerce de la World music », *Trans*, Revue de musiques transculturelles, no. 5, juin, 2000. <https://www.redalyc.org/pdf/822/82200504.pdf>

Paul **Gilroy**, *The Black Atlantic. Modernity and Double Consciousness*, Harvard University Press, Cambridge, 1993, 280 p.

Stuart **Hall**, « New cultures for old », in Massey Doreen et Jess Pat (Eds.), *A Place in the World? Places, Cultures and Globalization*, The Open University, Oxford University Press, Oxford, 1995, p. 193-196.

Ulf **Hannerz**, *Transnational Connections: Culture, People, Places*, Londres et New York, Routledge, 1996, 216 p. <https://doi.org/10.4324/9780203131985>

**IFPI**, *Global Music Report 2021*, [https://gmr2021.ifpi.org/assets/GMR2021\\_State%20of%20the%20Industry.pdf](https://gmr2021.ifpi.org/assets/GMR2021_State%20of%20the%20Industry.pdf)

Romuald **Jamet** et Jonathan **Roberge**, « La musique québécoise est-elle compatible avec le streaming? Usages et représentations de la musique francophone québécoise sur les plateformes de streaming au Québec », *tic&société* [En ligne], Vol. 14, N° 1-2 | 1er semestre 2020 - 2ème semestre 2020, <http://journals.openedition.org/ticetsociete/5048>

Marc **Kaiser** et Michaël **Spanu**, « « On n'écoute que des clips ! » Penser la mise en tension médiatique de la musique à l'image », *Volume !* [En ligne], 14 : 2 | 2018, <http://journals.openedition.org/volume/5658>

Margaret **Kartomi**, « The Processes and Results of Musical Culture Contact : A Discussion of Terminology and Concepts », *Ethnomusicology* 25 (2) : 227-249, 1981. <https://doi.org/10.2307/851273>

Denis **Laborde**, « Les Sirènes de la World Music », *Les cahiers de médiologie*, 1997/1 (N° 3), p. 243-252. <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-de-mediologie-1997-1-page-243.htm>

Émilie da **Lage**, « Politiques de l'authenticité », *Volume ! La revue des musiques populaires* [En ligne], 6 : 1-2 | 2008, p.17 à 32. <http://journals.openedition.org/volume/179>

Bertrand **Lavaine**, « Comment le reggae africain a réussi son émancipation », *RFI Musique*, Grand angle, 7 mai 2021. <https://musique.rfi.fr/reggae/20210507-comment-le-reggae-africain-reussi-son-emancipation>

Eddy **Lawrence**, « Ne parlons plus de World music », *Courrier international*, 06 janvier 2011, <https://www.courrierinternational.com/article/2009/10/08/ne-parlons-plus-de-world-music>

**Linkaband**, « Le secteur musical rythmé par l'analyse des données », 2 novembre 2020, <https://linkaband.com/musique-analyse-de-donnees>

Gilles **Lipovetsky** et Jean **Serroy**, *La Culture-monde : réponse à une société désorientée*, Paris, Odile Jacob, 2008, 223 p.

Jean-Philippe **Louis**, « Playlists : ces nouvelles radios musicales qui font de l'audience », *Les Échos*, 5 octobre 2017. <https://www.lesechos.fr/2017/10/playlists-ces-nouvelles-radios-musicales-qui-font-de-laudience-185262>

Julien **Mallet**, « 'World Music'. Une question d'ethnomusicologie ? », *Cahiers d'Études africaines*, vol. 168, no LXII-4, p. 831- 852, 2002

Sophie **Maisonneuve**, « L'économie de la découverte musicale à l'ère numérique. Une révolution des pratiques amateurs ? », *Réseaux*, 2019/1 (n° 213), p. 49-81. <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2019-1-page-49.htm>

Gabriele **Marranci**, « Le raï aujourd'hui : Entre métissage musical et world music moderne », *Cahiers d'ethnomusicologie* [En ligne], 13 | 2001. <http://journals.openedition.org/ethnomusicologie/699>

Frédéric **Martel**, *Mainstream : Enquête sur la guerre globale de la culture et des médias*, Paris : Flammarion, 2020, 624 p.

Denis-Constant **Martin**. *Sur la piste des OPNI*. Chapitre 13 : Les « musiques du monde ». *Imaginaires contradictoires de la globalisation* ». Paris, Karthala, « Recherches internationales », 2002, p.417

Denis-Constant **Martin**, « Le métissage en musique : un mouvement perpétuel (Amérique du Nord et Afrique du Sud) », *Cahiers d'ethnomusicologie*, 13 | 2001, 3-22.

Jeremy Wade **Morris** & Devon **Powers**, Control, curation and musical experience in streaming music services, *Creative Industries Journal*, 8:2, 2015, 106-122, <https://doi.org/10.1080/17510694.2015.1090222>

Christophe **Magis** et Lucien **Perticoz**, « La musique comme analyseur : mutations de la filière musicale et mutation de la recherche sur la musique », *tic&société* [Online], Vol. 14, N° 1-2 | 1er semestre 2020 - 2ème semestre 2020, <http://journals.openedition.org/ticetsociete/4666>

Étienne **Paré**, « Dur temps pour la musique québécoise », *Le Devoir*, 10 février 2022, <https://www.ledevoir.com/culture/musique/672159/rapport-dur-temps-pour-la-musique-quebecoise>

Étienne **Paré**, « La musique québécoise délaissée par les jeunes », *Le Devoir*, 1er février 2022, <https://www.ledevoir.com/culture/musique/667848/ecrans-la-musique-quebecoise-delaissée-par-les-jeunes>

**Patrimoine canadien**, Étude sur l'incidence économique des plateformes de diffusion de musique en continu sur les créateurs canadiens, <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/publications-politique-droit-auteur/incidence-economique-plateformes-diffusion-musique.html>

Organisation internationale de la Francophonie (OIF), « Pour une initiative francophone en faveur de la découvrabilité en ligne des contenus francophones », Infographie, 2021, [https://www.francophonie.org/sites/default/files/2021-09/oif\\_infographie\\_de%CC%81couvrabilite%CC%81.pdf](https://www.francophonie.org/sites/default/files/2021-09/oif_infographie_de%CC%81couvrabilite%CC%81.pdf)

Yves **Raibaud**, *Les grands brassages de la musique*, 2009, p.32-37. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00474198>

Timothy **Taylor**, *Beyond Exotism. Western Music and the World*, Durham, Duke University Press, 2007, 328 p.

Martin **Roberts**, « “World Music” and the Global Cultural Economy. » In *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, vol. 2 no. 2, 1992, p. 229-242. Project MUSE, doi:10.1353/dsp.1992.0015

Edward **Saïd**, *Culture et impérialisme*, Paris, Fayard, 2000, 555 p.

Guillaume **Samson**, « Transculturations musicales et dynamiques identitaires », *L'Homme* [En ligne], 207-208 | 2013. <http://journals.openedition.org/lhomme/24693>

Richard **Shain**, “*The Re(public) of Salsa: Afro-Cuban music in fin-de-siècle Dakar*”, *Africa: Journal of the International African Institute*, Vol.79, No.2, 2009, pp.186-206 79(2):186-206.

Michael **Spanu**, « Pour une approche critique de la diversité des langues chantées dans les musiques populaires à l'ère de la mondialisation numérique », *Questions de communication*, 2019/1 (n° 35), p. 281-303. <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2019-1-page-281.htm>

Martin **Stokes**, « Créativité, globalisation et musique », *Volume !* [En ligne], 10 : 2 | 2014, <http://journals.openedition.org/volume/4069>

Nicolas **Roline**, « Le rappeur canadien Drake bat tous les records grâce à sa stratégie « streaming » », *Les Échos*, 3 avril 2017, <https://www.lesechos.fr/2017/04/le-rappeur-canadien-drake-bat-tous-les-records-grace-a-sa-strategie-streaming-154488>

Herbert **Schiller**, *Communication and Cultural Domination*, New York, M.E. Sharpe, 1976, 127 p.

**Soundcharts Teams**, « The Mechanics of Music Distribution: How it Works, Types of Music Distribution Companies + 29 Top Distributors », 23 septembre 2019, <https://soundcharts.com/blog/music-distribution#what-is-music-distribution>

Jean Tardif, « Mondialisation et culture : un nouvel écosystème symbolique », *Questions de communication*, 13, pp. 197-223, 2008, <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1764>

Timothy D. Taylor, *Global Pop, World Music, World Markets*, New York, Routledge, 1997, 304p.

Destiny Tchéhouali et Christian Agbobli, « État des lieux de la découvrabilité et de l'accès aux contenus culturels francophones sur Internet », Paris, HDiffusion, Organisation internationale de la Francophonie, 2020, 115 p., <https://www.decouvrabilite-francophonie.net/wp-content/uploads/2020/12/Etat-des-lieux.pdf>

Christian Braad Thomsen, *La World Music se réinvente*, Courrier international, 16 octobre 2009, <https://www.courrierinternational.com/article/2009/10/08/la-world-music-se-reinvente>

John Tomlinson, *Globalization and Culture*, Cambridge, Polity Press, 1999, 248 p.

Unesco, *La culture et les conditions de travail des artistes : mettre en œuvre la Recommandation de 1980 relative à la condition de l'artiste*, Rapport élaboré par Garry Neil, 2019, p.37, 111p. [En ligne]. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371790\\_fre](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371790_fre)

Herom Vargas , Faria De Carvalho Nilton, Roberto Chiachiri , « Singularités et différences dans la musique pop : une révision de l'expression « world music » », *Hermès, La Revue*, 2020/1 (n° 86), p. 118-125. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2020-1-page-118.htm>

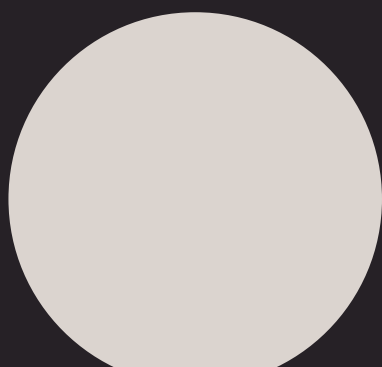
Maurice Véral, « Le populisme musical », *Humanisme*, 2017/4 (N° 317), p. 48-53. <https://www.cairn.info/revue-humanisme-2017-4-page-48.htm>

Ana Monroy Yglesias, *Why The Grammy Awards Best Global Music Album Category Name Change Matters*, 10 novembre 2020, <https://www.grammy.com/news/why-grammy-awards-best-global-music-album-category-name-change-matters>

Didier Zacharie, « Ne dites plus World Music », 01er juillet 2015, <https://www.lesoir.be/art/925195/article/culture/musiques/2015-07-01/ne-dites-plus-world-music>

Hervé Zénouda, « Hybridations musicales à l'ère de la mondialisation numérique », *Hermès, La Revue*, 2020/1 (n° 86), p. 268, pp.267-274. <https://www-cairn-info.proxy.bibliotheques.uqam.ca/revue-hermes-la-revue-2020-1-page-267.htm>





The image features a solid orange background. On the right side, there is a white geometric shape that appears to be a stylized, angular form, possibly representing a page or a document. The shape is positioned in the upper right quadrant and extends towards the bottom right corner.

LA PERCÉE