

RENCONTRE RÉSEAU ZONE FRANCHE

16 juin 2022 – Toulouse Rio Loco

Comment visibilitéer les musiques du monde ?

15 h 00 – 17 h 00

Visibiliser la diversité des esthétiques regroupées dans la filière des musiques du monde est une des missions du réseau. C'est pour cela que Zone Franche profite de sa présence sur le festival toulousain Rio Loco pour organiser une rencontre professionnelle le jeudi 16 juin afin d'échanger avec les différents journalistes présents sur le festival et notamment avec AuxSons, le webmédia collaboratif développé par Zone Franche. Comment les journalistes s'emparent des espaces dans les médias ?

Comment arrivent-ils à mettre en lumière les artistes dits musiques du monde, à imposer leurs articles ? Doivent-ils aller jusqu'à créer eux-mêmes d'autres espaces ?

Intervenants :

Vladimir Cagnolari, fondateur de *Pan African Music*

Angèle Cossée, coordinatrice de *AuxSons.com*

Anne-Laure Lemancel, pour *Tsugi Magazine*

Hortense Volle, *Sessions Lab* pour RFI

Modération :

Soro Solo, journaliste

Cécile HÉRAUDEAU, présidente de Zone Franche, souhaite la bienvenue à tous les participantes et participants de ce premier temps fort de Zone Franche après deux années blanches, dans le cadre du festival toulousain Rio Loco, dont elle remercie les organisateurs pour le bel accueil réservé à Zone Franche. Elle remercie également Radio FMR (« les Bambous poussent partout ») pour le prêt de matériel et l'enregistrement de la rencontre qui sera ensuite disponible en podcast, ainsi que United Souls qui offre ici son espace pour la tenue de la rencontre.

Animée par le journaliste Soro Solo, cette rencontre est consacrée à la visibilité des artistes des musiques du monde dans les médias, sujet qui préoccupe le réseau Zone Franche depuis une trentaine d'années, autour des intervenants suivants :

- Anne-Laure Lemancel, pour *Tsugi Magazine* ;
- Vladimir Cagnolari, fondateur de *Pan African Music* ;
- Angèle Cossée, coordinatrice de *AuxSons.com*, webmédia piloté par Zone Franche ;
- Hortense Volle, de *Sessions Lab*, pour RFI.

Les intervenants sont interrogés aujourd'hui sur les façons de visibilitéer les musiques du monde. Comment les journalistes d'aujourd'hui « enfourchent le tigre » des musiques du monde ? Quelles sont les façons de visibilitéer la diversité des esthétiques regroupées dans la filière des musiques du monde, une des missions du réseau Zone Franche présent au festival Rio Loco ?

Bien qu'il la juge aberrante dans la mesure où, par définition, absolument toutes les musiques font partie du monde, **Soro SOLO**, journaliste, propose de lancer les discussions en s'appuyant sur la définition de la notion de « musiques du monde » telle qu'elle a été décidée dans les années 1980 par la presse et par les disquaires, à des fins de « classification » de styles musicaux nouveaux arrivés en France depuis l'ailleurs. Comment ces musiques sont-elles « visibles » en France ? Comment les journalistes en parlent-ils ? Pourquoi ont-ils choisi d'en parler ?

Il observe ensuite avec amusement que trois des quatre intervenants de cette rencontre sont issus de l'émission *L'Afrique enchantée*, sur France Inter. Il s'agit d'une information majeure dans la mesure où *L'Afrique enchantée* est la toute première émission radiophonique diffusée sur une grande radio généraliste, en l'espèce la radio nationale devenue ensuite première radio du service public (France Inter), qui ait été entièrement consacrée aux musiques du continent africain. Il invite Vladimir Cagnolari, producteur de cette émission, à en raconter quelques mots.

Vladimir CAGNOLARI, fondateur de *Pan African Music*, indique que l'émission *L'Afrique enchantée* a été diffusée dans la grille estivale de France Inter en 2006 et 2007, pour devenir ensuite une nouvelle émission hebdomadaire toute l'année jusqu'en 2015. Le concept était particulier : l'émission était certes musicale, mais la diffusion de musiques n'en était pas l'objectif éditorial premier. En réalité, elle s'appuyait sur les musiques africaines pour raconter l'Afrique. Culturellement, la chanson en Afrique est une façon de médiatiser les événements marquants vécus par les populations. Grâce aux chansons africaines, il est donc possible d'essayer de faire comprendre l'histoire des pays africains et les différents sujets de société qui y fleurissent. Par conséquent, il s'agissait de considérer les chansons comme des « documents », relatant des faits, exprimant des points de vue. Selon lui, c'est précisément cette ligne éditoriale qui a permis à ce concept particulier de s'installer dans la durée sur les ondes de France Inter, offrant pour la première fois à des musiques « non occidentales » une caisse de résonance inédite.

Même si le concept a semblé novateur, *L'Afrique enchantée* n'était en réalité qu'une des lignes d'un mouvement bien plus ample. D'autres émissions dédiées aux musiques africaines sont apparues, notamment sur la radio nationale portugaise. En France, plusieurs radios abordaient progressivement les anciens orchestres africains (Mali, Guinée, Bénin, etc.), comme Poly-Rythmo qui faisait son retour.

Soro SOLO confirme que d'autres musiques étaient ainsi offertes à la découverte du grand public, mais toutes historiquement demeuraient issues originellement de l'Afrique : des Caraïbes, du Brésil, le style afro-cubain, le blues, le jazz, etc. Selon lui, *L'Afrique enchantée* a joué un rôle de « courroie de transmission » des musiques du monde.

Il interroge ensuite Anne-Laure Lemancel pour savoir comment les journalistes spécialisés décident des musiques et des artistes qu'ils diffusent : doivent-ils, auprès des dirigeants de leurs médias respectifs, proposer et étayer des choix libres ? Ou bien répondent-ils à des commandes spécifiques ?

Anne-Laure LEMANCEL, pour *Tsugi Magazine*, précise qu'elle est pigiste depuis une quinzaine d'années, avec parmi les médias pour lesquels elle intervient une quinzaine dédiés à la musique. D'abord désireuse de se spécialiser dans le jazz, elle a rapidement compris que, au-delà des aspects purement musicaux, ce style et les musiques du monde plus généralement, étaient beaucoup plus intéressants à observer sur les plans éditorial et historique. Notamment, elle considère que la musique est une porte d'entrée pour comprendre le monde.

S'agissant des sujets qu'elle traite journalistiquement, elle explique que des discussions se tiennent presque systématiquement, en particulier avec ses employeurs les plus fidèles, avant que les décisions de publication ne soient prises. En pratique, les propositions viennent aussi bien du journaliste que de

l'éditeur. Par exemple, habituée du festival Rio Loco à titre personnel, elle a proposé à plusieurs médias de produire un article sur les musiques électroniques portugaises, proposition acceptée par *Tsugi Magazine*, pour lequel il s'agit en réalité de sa première pige.

D'une manière générale, pour la musique comme pour les autres sujets, il semble difficile de parler de « cultures d'ailleurs ». En effet, le journalisme est globalement animé par l'idée que capter l'attention du lecteur nécessite la « proximité » du sujet traité. Certains médias ont en réalité du mal à assimiler le fait que cette proximité n'est plus vraiment nécessaire, en particulier si l'on tient compte des brassages culturels qui ont cours dans les grandes villes, notamment à Paris. Cela nécessite donc parfois, pour faire valoir une proposition d'article, d'apporter des arguments qui ne sont pas toujours compris par les intéressés. Elle cite l'exemple d'un décideur qui lui a asséné, à propos de la musique capverdienne, que « *Cesária Évora, c'est fini* ».

Soro SOLO déplore lui aussi cette prédominance de la notion de « mode » dans les choix éditoriaux, au détriment des aspects esthétiques et artistiques, évoquant en anecdote le cas d'un décideur qui, au début des années 80, lui assurait que « *le reggae est terminé* ». La création musicale est selon lui injustement associée à la notion de consommation.

Il observe par ailleurs que les deux intervenants ici présents passés par la case « *L'Afrique enchantée* », Vladimir Cagnolari et Hortense Volle, ont conservé, dans leurs nouvelles fonctions, une forte imprégnation des musiques du monde, essentiellement africaines.

Hortense VOLLE, *Sessions Lab* pour RFI, le confirme. Le podcast *Sessions Lab* qu'elle anime depuis un an consiste à tenir une conversation avec un artiste des musiques du monde actuelles. Même si elle reste très axée sur les musiques africaines, extrêmement riches et évolutives eu égard à la vastitude du continent et à la facilité des dialogues francophones avec l'Afrique de l'Ouest et ses diasporas si présentes dans le monde, elle s'ouvre désormais à de nouveaux univers, comme celui de Rodrigo Cuevas et des musiques traditionnelles des Asturies qu'il s'attèle à moderniser. Ce qui l'intéresse, ce sont les histoires qu'il est possible de raconter à travers ces musiques-là.

Elle réagit également sur la notion de « proximité » que les éditeurs ont tendance à privilégier pour s'adresser à leurs auditeurs, expliquant les difficultés pour les musiques du monde de passer sur les grandes ondes hexagonales. Il se trouve qu'une tendance similaire est observée au niveau de RFI, qui privilégie les musiques africaines auprès de son auditoire d'Afrique de l'Ouest. En réalité, elle considère plutôt qu'une vraie ouverture est attendue pour satisfaire les curiosités et les appétits de découverte qui existent dans toutes les populations. Un manque de moyens explique également cette difficulté d'ouverture ; ils permettraient notamment de remédier à la barrière de la langue.

Avec la Direction de RFI, il s'agit de développer, en s'accommodant des contraintes, une programmation la plus diversifiée possible. Des artistes africains sont mis en avant, mais pas uniquement.

Soro SOLO souhaite par ailleurs savoir ce qui aura catalysé la création du webmédia collaboratif *AuxSons.com*.

Angèle COSSÉE, coordinatrice éditoriale de *AuxSons.com*, explique que ce webmédia, a été lancé par l'association Zone Franche qui répond à deux volontés principales : proposer des services spécifiques aux quelque 180 structures professionnelles du réseau Zone Franche, tout en œuvrant à l'intérêt général des musiques du monde en la structurant et en la promouvant auprès des pouvoirs publics. En l'espèce, la création de *AuxSons.com* a été décidée pour répondre à un important besoin, identifié auprès des professionnels du réseau Zone Franche, de médiatisation de leurs artistes et de leurs

projets, lors d'une période relativement creuse en la matière. Le mode de fonctionnement collaboratif de ce média, qui est une plateforme à laquelle chaque professionnel inscrit peut annoncer ses événements et ses projets, constitue un lien direct entre les professionnels et le grand public. En pratique, cet outil facilite le travail des porteurs de projets musicaux qui se démènent pour trouver des médias leur apportant un peu de visibilité.

Pleinement appuyé sur le collaboratif, *AuxSons.com* comporte également un important volet éditorial, alimenté et animé par des journalistes, et une rubrique de playlists par laquelle les artistes mettent en avant leurs coups de cœur et leurs découvertes.

Dans les années 1980, **Soro SOLO** se souvient que plusieurs médias en France (*Best, Rock'n Folk, Radio Nova, etc.*) étaient d'importants canaux de diffusion des musiques du monde, offrant même à certains artistes de devenir des stars internationales, par exemple Alpha Blondy. Aujourd'hui, 40 ans plus tard, l'audiovisuel et la presse écrite semblent avoir fortement diminué la place accordée aux musiques du monde. De ce fait, il interroge les intervenants sur les causes de cette régression altérant la visibilité et la potentialité de découverte des musiques du monde, avec lesquelles les artistes racontent pourtant tellement de choses importantes (politique, économie, société, etc.).

Anne-Laure LEMANCEL le confirme, citant également des revues des années 1990 qui ont depuis disparu : *Mondomix, Vibrations, World Sound, etc.* Aujourd'hui, elle ne voit plus guère que *Pan African Music* comme titre de presse écrite couvrant les musiques du monde. Jusque dans sa propre expérience professionnelle aux *Inrocks*, elle a en outre globalement observé, avec un grand étonnement désapprouvé, une sorte de virage éditorial des médias musicaux en faveur de la musique « pop blanche », au détriment des musiques du monde.

Vladimir CAGNOLARI ajoute que la conception de la musique qui « raconte une histoire » n'est pas partagée par tous les rédacteurs en chef, loin de là. Elle est surtout vue comme un divertissement et, dans ce contexte, la mise en avant de musiques du monde dans des langues méconnues est particulièrement difficile. En outre, les lignes éditoriales des rédactions évoluent beaucoup au gré des changements de direction.

Selon lui, la baisse évoquée de la visibilité des musiques du monde dans les médias s'explique en partie par une évolution de sa définition. Par exemple, même si des « quotas » leur sont réservés dans les playlists de France Inter, la catégorie « musiques du monde » en a disparu en tant que telle.

Un phénomène générationnel intervient également : progressivement, les musiques écoutées par les jeunes en Afrique se sont de plus en plus imprégnées d'électronique et de culture hip-hop, des goûts musicaux plutôt éloignés des journalistes historiques des rubriques des musiques du monde.

Surtout, à l'ère des réseaux sociaux dans un internet mondialisé, ces artistes ont de moins en moins besoin de la presse pour faire connaître et « visibiliser » leur travail, y compris au niveau international. Ils s'adressent directement à leur public en parlant directement d'eux-mêmes et de leurs créations. Avec son regard extérieur, le rôle de la presse reste tout de même important, conférant aux artistes qu'elle couvre une relative crédibilité qu'il est plus difficile à asseoir quand on est seul à parler de soi-même.

Dans cette reconfiguration générale, cette transition, du système médiatique autour des musiques du monde, il semble que, finalement, de nouveaux médias comme *Pan African Music* et *AuxSons.com* ont progressivement pris la place des nombreux espaces médiatiques fermés évoqués précédemment, permettant aux organisateurs d'événements concernés d'atténuer l'impact, sur leur visibilité, du désintérêt des grands médias vis-à-vis des musiques du monde.

Dans le journalisme culturel dans son ensemble, **Hortense VOLLE** observe dans beaucoup de rédactions un phénomène qui complique la visibilité des artistes qui ne soient pas « *mainstream* ». Dans une forme de course effrénée au nombre de clics privilégiant l'efficacité et la rentabilité, beaucoup de médias refusent en effet de mettre en avant des artistes n'ayant pas déjà une certaine notoriété sur ses propres réseaux sociaux.

Angèle COSSÉE confirme qu'avec les nouvelles générations la terminologie « musiques du monde », qui regroupe de nombreuses esthétiques très diverses dans une même catégorie, est plus difficile à faire valoir. Il faut aussi noter l'approche commerciale des médias : un des freins principaux à *AuxSons.com* pour toucher le plus grand nombre reste une question de moyens. Certes, les réseaux sociaux permettent un accès direct entre un artiste et son public, mais dans les faits ils ne suffisent généralement pas à développer sa visibilité. En la matière, la question des moyens reste prégnante : pour que les actualités publiées sur les réseaux sociaux aient un réel impact en termes de visibilité, des investissements financiers en publicité et en marketing demeurent décisifs.

Hortense VOLLE relève tout de même une demande réelle du public, sur les musiques du monde, de vrais sujets racontés en profondeur au-delà de la simple « consommation » de divertissement musical, demande à laquelle un média comme *Pan African Music* répond.

Soro SOLO juge aberrante cette propension des médias, observée jusque dans le service public, qui consiste à privilégier des artistes ayant déjà un certain succès, alors qu'un des rôles fondamentaux des médias est, précisément, d'éduquer le public en lui faisant découvrir des nouveautés pour enrichir sa culture. Ce rôle est sérieusement mis à mal par les considérations commerciales des médias tels qu'ils sont aujourd'hui structurés.

Ensuite, il interroge les intervenants pour savoir comment les rédacteurs en chef reçoivent leurs propositions de sujets musicaux extérieurs à la France.

À de très rares exceptions près et au-delà de ces principales collaborations avec RFI et *AuxSons.com* dans lesquels les musiques du monde ont une place acquise, **Anne-Laure LEMANCEL** constate que tout ce qui n'a pas déjà une certaine notoriété n'est pas jugé intéressant, voire n'est pas du tout connu, par les rédacteurs en chef. Elle observe même, au sein du collectif de journalistes rassemblant différentes spécialités dont elle fait partie, que la notion de « mode » est décidément très prégnante dans ce milieu.

Soro SOLO souhaite ensuite savoir si, dans les organes de presse traitant des musiques du monde, il existe des stratégies de communication autour des sujets publiés, mettant en avant leurs contenus tout en contribuant ainsi à la visibilité des musiques du monde.

Hortense VOLLE indique, compte tenu du format de son émission, disposer d'une forte autonomie en la matière. Toutefois, pour la diffusion de ses podcasts, le système en place avec RFI présente un avantage particulier : chaque émission est annoncée par un court portrait vidéo partagé sur les réseaux sociaux de RFI et de France 24, ce qui en augmente significativement la portée.

Elle invite Jeanne LACAILLE de Radio Nova, présente dans le public, à intervenir sur ce point.

Jeanne LACAILLE, *Radio Nova*, explique que le cas de son média est particulier dans la mesure où le métissage musical et l'ouverture au monde ont été inscrits dans l'ADN de la station, dès sa fondation en 1981, par Rémy Kolpa Kopoul et Jean-François Bizot. De ce fait, la scission évoquée ici entre la « pop blanche », d'une part, et les musiques du monde, d'autre part, n'y est pas particulièrement observée. Les deux univers sont traités de la même façon dans l'ensemble de la programmation de *Radio Nova*, y compris dans la mise en avant de nouveautés.

La station diffuse d'ailleurs une émission entièrement dédiée aux musiques du monde, *Néo Géo*, qui existe depuis une trentaine d'années. En l'espèce, la stratégie de diffusion de la chaîne consiste à prendre la liberté de diffuser dans de telles émissions, pour les valoriser, des titres au format inhabituel qui ne sont pas identifiés comme des hits potentiels susceptibles d'être diffusés à une fréquence élevée.

Vladimir CAGNOLARI pointe un autre défi en la matière, qui est lui aussi une question de moyens : aller directement à la recherche de nouveaux talents et de nouvelles sonorités, pour ne pas avoir à attendre leur venue vers les journalistes par les canaux traditionnels, dont les réseaux sociaux, très codifiés sur la base des règles du marketing et dont tous les acteurs de la presse, en particulier culturelle, sont tributaires pour attirer leurs publics cibles. La rédaction de la revue PAM, historiquement issue d'un projet de plateforme de *streaming* musical, y parvient plutôt bien, notamment en mettant en avant, sous forme de reportages vidéo, des portraits d'artistes méconnus pour les soutenir dans leur recherche de notoriété. Il cite l'exemple du *zagué*, un nouveau style de musique urbaine popularisée par Sitos à Kinshasa.

Soro SOLO continue de s'insurger contre la fermeture d'esprit et l'obsession pour la culture du clic de nombreux responsables éditoriaux en ce qui concerne les musiques du monde, proposant même de demander l'instauration de budgets destinés à les former, notamment à l'esthétique musicale, pour devenir des découvreurs de talents et de styles nouveaux.

Jeanne LACAILLE croit savoir que l'invisibilisation des musiques du monde qui est constatée aujourd'hui dans les médias est « une question d'époque ». La mondialisation et la révolution internet aidant, les différentes parties du monde qui étaient au début des années 1980 plus difficilement accessibles qu'aujourd'hui se sont progressivement fait connaître par elles-mêmes, avec leurs cultures musicales respectives, réduisant de fait le rôle d'éclaireur des médias de l'époque. La notion de « musiques du monde » semble donc moins pertinente aujourd'hui.

Soro SOLO raconte que beaucoup des précurseurs des musiques du monde dans les médias sont issus des événements de Mai 1968, s'affranchissant alors de leurs familles et conditions sociales pour aller découvrir différentes cultures et esthétiques du monde, avant, une quinzaine d'années plus tard, de transmettre leurs découvertes en intégrant ou en créant les multiples médias concernés de l'époque. Le phénomène d'ouverture aux musiques du monde s'est alors progressivement installé dans le paysage médiatique, s'inscrivant ensuite, durablement, dans les politiques culturelles des pouvoirs publics, notamment en faveur des musiques africaines. Cette visibilité est alors au plus haut et a commencé à décliner au début des années 2000.

Anne-Laure LEMANCEL pointe également une diminution des moyens budgétaires dont dispose la presse en général, aujourd'hui en crise, par rapport aux années 1980. Cela concentre désormais les travaux des journalistes sur des festivals partenaires au détriment de la liberté dont ils bénéficiaient auparavant pour aller partout à la découverte d'aventures nouvelles.

Vladimir CAGNOLARI souligne qu'avec les algorithmes des réseaux sociaux la notion d'accès à tous les contenus du monde est en réalité illusoire. Selon lui, pour découvrir de véritables nouvelles créations il est nécessaire pour les journalistes de conserver une part importante de curiosité personnelle.

Salah AMAKRANE, *coordinateur général du Tactikollectif*, interroge les intervenants sur la possibilité d'une diminution de la visibilité des musiques du monde dans les médias français qui serait due, en partie, au raidissement identitaire qui depuis quelques années marque de plus en plus le pays au gré de ses élections successives. Son hypothèse est que les musiques du monde sont, dans l'esprit de certains, associés à l'immigration, précisément rejetée dans ces élections.

Soro SOLO considère que, si cette hypothèse causant une forme de frilosité des médias pour aborder les musiques du monde est avérée, son application est minime et plutôt récente, remontant sur les trois dernières campagnes françaises toutes élections confondues.

Vladimir CAGNOLARI estime assez probable que certains politiques fassent ce mauvais amalgame, précisant que cela concerne de vraies musiques d'ailleurs, et non des musiques produites par les enfants de l'immigration en France qui se sont globalement adaptés à la culture de celle-ci. En l'espèce, beaucoup parmi eux ignorent la culture musicale des pays dont leurs parents sont originaires. En tout état de cause, il s'agit d'un sujet politique très intéressant.

Jeanne LACAILLE, *Radio Nova*, considère par ailleurs qu'il n'est plus pertinent, aujourd'hui, de regrouper l'ensemble des musiques du monde sous un label commun, justement grâce au travail des précurseurs qui ont beaucoup expliqué et éduqué le public sur les différents styles de musiques du monde, si bien qu'il est désormais lui-même capable d'en différencier plusieurs. De plus, les nouvelles générations semblent à l'aise avec l'idée d'apprécier les musiques culturellement écoutées en France et celles issues de leurs pays d'origine, dont elles conservent la fierté, ce qui favorise beaucoup les mélanges.

Anne-Laure LEMANCEL, insiste sur le fait qu'il est de plus en plus difficile pour les journalistes, compte tenu du modèle économique de la presse aujourd'hui, de jouer le jeu de la liberté de diffusion pour mettre en avant leurs découvertes ; ils sont beaucoup influencés à différents niveaux : rédacteur en chef, attachés de presse des artistes, organisateurs des festivals, etc.

Marie LEBAS, *coordinatrice et animatrice radiophonique à Radio.com-Unik*, rapporte, à propos des nombreux adolescents qu'elle accompagne sur des ateliers radio durant le festival Convivencia, que ceux-ci sont très friands des musiques du monde et les découvrent avec beaucoup de joie. En l'espèce, cela soulève le délicat sujet de la place des musiques du monde dans les médias dédiés à la jeunesse.

Jeanne LACAILLE pointe ici l'un des intérêts du métier de journaliste musical, par rapport à des plateformes de simple écoute : le métier apporte au public une forme de vulgarisation des styles, des artistes et des œuvres, avec parfois de vrais reportages et de vraies histoires à raconter. Pour associer les médias jeunesse, elle suggère d'en inviter quelques représentants à l'occasion d'une prochaine rencontre de Zone Franche.

Olga YAMÉOGO, *artiste peintre*, confirme, à partir de son expérience personnelle, le travail éducatif qu'il est possible de mener auprès des jeunes pour qu'ils découvrent les liens entre les œuvres qu'ils écoutent chaque jour et les influences, les origines de ces œuvres, pour élargir leurs horizons.

Jacques Goba, *fondateur et directeur artistique de United Souls*, juge très intéressante la question de l'influence des musiques du monde sur la scène des jeunes. À ce titre, il décrit et explique le mouvement « afrobeats », très populaire, mêlant musique techno et musiques africaines.