

## **Du développement au marketing : l'instrumentalisation de la culture populaire**

**Claude Chastagner**, Université Paul Valéry, Montpellier III, EA 741,  
[claude.chastagner@univ-montp3.fr](mailto:claude.chastagner@univ-montp3.fr)

Les buts et les stratégies des développeurs culturels américains, qu'il s'agisse d'institutions privées ou publiques, locales ou nationales, ont considérablement évoluées au cours des trente dernières années. Alors que leurs préoccupations initiales étaient de rendre des pratiques culturelles et artistiques accessibles à des groupes ethniques, sociaux ou régionaux qui avaient jusqu'alors été négligés, ces institutions prirent conscience, au cours des années quatre-vingt, de la puissance économique de l'art et de la culture et commencèrent à s'en servir pour donner un nouveau souffle à des économies locales. Les pratiques culturelles cessèrent d'être des buts pour devenir des moyens. Les développeurs eurent alors recours à des procédures plus radicales et agressives qui peuvent se décrire en termes de marketing culturel ; le terme aura ici au sens d'utilisation intensive et l'exploitation de pratiques culturelles dans le but de promouvoir leurs propres intérêts économiques ou politiques plutôt que ceux des communautés d'où ces pratiques étaient issues. Dans ce cas, les particularismes et les spécificités de ces pratiques pourront au besoin ne pas être respectés si des modifications permettent de les rendre plus conformes aux buts recherchés, voire manipulées ou dans certains cas, inventées.

De plus en plus fréquemment, ce sont les pratiques culturelles populaires qui font l'objet de développement et de marketing. Plus accessibles, intellectuellement et institutionnellement, moins systématiquement protégées par un arsenal de barrières juridiques (lois sur les copyright, droit de regard des ayant droits, etc.) que les formes culturelles et artistiques « savantes », elles sont par ailleurs plus faciles à détourner de leur contexte d'origine, souvent difficile à identifier, et se prêtent mieux à une instrumentalisation (et à une consommation) de masse transnationale et transculturelle. Comprendre comment se met en place et fonctionne le marketing culturel et comment il s'articule avec des formes plus traditionnelles de développement culturel peut s'avérer utile aux différents acteurs du terrain culturel, qu'il s'agisse d'infléchir des

politiques non souhaitées ou d'optimiser la connexion entre les stratégies institutionnelles et les communautés locales.

Afin d'examiner comment le marketing culturel modifie et instrumentalise les pratiques populaires, j'ai choisi d'analyser le travail opéré depuis environ deux décennies par les autorités locales de Louisiane par rapport à la musique zydeco. Cet exemple minuscule, par la modestie même de l'objet concerné (une musique peu répandue) et de son expansion géographique (quelques kilomètres carrés autour de la ville de Lafayette) contrastant avec son insertion dans le contexte de la puissance économique, artistique et territoriale étasunienne, permet d'effectuer une étude de cas facilement exportable à d'autres situations.

Je commencerai par quelques mots sur le zydeco, la musique en elle-même et les origines de la communauté dont elle constitue l'emblème parfois encombrant. J'identifierai ensuite les rapports complexes et parfois conflictuels qui relient la communauté zydeco à ses voisins cajuns. Nous pourrions alors examiner l'évolution de l'attitude, de la rhétorique et des choix politiques exercés à l'encontre de cette communauté et la façon dont la musique zydeco a progressivement été sortie de son contexte et partiellement dénaturée par des stratégies de marketing afin de la faire mieux correspondre aux objectifs fixés par les autorités politiques et économiques locales.

Le zydeco est à l'origine la musique ténue et fragile d'une communauté spécifique du sud-ouest de la Louisiane, les Créoles de couleur. Contrairement au blues, à la salsa ou au reggae, par exemple, le zydeco est très rarement joué par des musiciens extérieurs à la communauté. Par ailleurs, malgré des origines hybrides, le zydeco possède une forte identité musicale. Un des traits qui le différencient d'autres musiques populaires américaines est l'utilisation de paroles ou d'expressions en français, d'un répertoire d'origine francophone et d'une instrumentation en partie empruntée à aux voisins cajuns (voir photo suivante). Ces particularités, initialement à son désavantage, seront par la suite un des outils privilégiés des politiques de développement régional. Nous verrons dans quelle mesure cette stratégie a servi les intérêts des musiciens, de leur communauté et des politiques qui en étaient à l'origine.



Il nous faut à présent indiquer en quelques mots qui sont les Créoles de couleur. De 1791 au début du XIX<sup>e</sup> siècle, la révolte des esclaves de Saint-Domingue et l'accession d'une partie de l'île à l'indépendance sous le nom d'Haïti entraîna un exode non seulement des blancs mais aussi de la communauté de métis affranchis qui y constituait un groupe au statut social et économique intermédiaire, entre les colons et les esclaves. De peau souvent claire et culturellement et socialement plus proches des blancs que des esclaves noirs, les métis étaient parmi les plus menacés par les rebelles. Ces « gens libres de couleur », ainsi qu'ils s'appelaient, s'installèrent à la Nouvelle-Orléans, souvent après une première étape plus ou moins longue dans d'autres îles de la Caraïbe, puis finirent par se poser définitivement dans l'ouest de la Louisiane, autour de Lafayette, là où la communauté cajun, aux pratiques religieuses et linguistiques similaires, s'était également installée. Les métis de Saint-Domingue furent rejoints par d'anciens esclaves louisianais affranchis en vertu des lois hispaniques et des pratiques locales encore relativement souples à cet égard. Pendant la Reconstruction, la communauté s'efforça de résister à l'érosion de son statut provoquée par la fin de l'esclavage et à l'inévitable amalgame avec les anciens esclaves anglophones qui en résultait. L'appellation « gens libres de couleur » (« free people of color ») leur parut insuffisante à exprimer leur spécificité ethnique et sociale et ils se désignèrent de plus en plus souvent comme « Créoles de couleur » (Creoles of color) (Brasseaux 83). Sans entrer dans les détails, rappelons que le terme « créole » fut d'abord utilisé par les blancs, les noirs et les métis nés en Amérique qui souhaitaient se distinguer des colons européens et anglophones récemment arrivés et de leurs esclaves africains. Progressivement, le terme ne fut plus appliqué qu'aux métis et en particulier à ces Créoles de couleur. La constitution louisianaise de 1898 mit un coup d'arrêt définitif à leur situation privilégiée. Aujourd'hui, 80% des Créoles de couleur résident en Acadiana, c'est-à-dire dans la région constituée principalement par les paroisses de Lafayette, Evangeline et Saint Landry. Pour des raisons économiques, il y eut également des mouvements migratoires vers la Californie et le sud-est du Texas, Houston en particulier.

A l'origine, plusieurs particularités distinguaient donc les Créoles de couleur :

- contrairement aux esclaves anglophones, ils ne venaient pas directement d'Afrique mais étaient issus d'un métissage génétique et culturel avec, à la fois les colons blancs français et les indigènes de Saint-Domingue.

- ils étaient affranchis.

- ils étaient catholiques.

- ils étaient francophones (contrairement aux Huguenots, les émigrés en provenance de Saint-Domingue ne s'anglicisèrent que très lentement, avec réticence).

- ils jouissaient d'une relative prospérité économique. Ils étaient eux-mêmes souvent propriétaires d'esclaves d'origine africaine et bénéficiaient d'un statut social intermédiaire privilégié entre les blancs et les esclaves. Il s'agit-là d'un élément important dans la mesure où cette structure sociale à trois niveaux, propre aux colonies catholiques, ne se retrouve pas aux Etats-Unis dans la communauté anglophone qui privilégie au contraire une organisation bipolaire, Blancs d'un côté, Noirs de l'autre.

- enfin, les pratiques endogamiques y étaient fréquentes, ce qui contribua à perpétuer et même à renforcer la spécificité et la cohérence culturelles et génétiques du groupe. On voit donc qu'à plus d'un titre, les Créoles de couleur se différenciaient de leurs voisins, qu'il s'agisse des esclaves africains, de leurs maîtres anglophones ou des fermiers cajuns.

C'est à partir des années trente qu'apparaissent les premiers airs identifiables à posteriori comme du zydeco, à posteriori puisque le terme « zydeco » n'apparaît qu'après la Deuxième Guerre mondiale. Il s'agit alors de versions énergiques et rythmées de chansons créoles, de jurés (airs religieux) et de mélodies empruntées au répertoire cajun. Chanté en français et empruntant une partie de son répertoire aux Cajuns avec lesquels les collaborations musicales sont fréquentes, le zydeco cristallise ce qui avec le temps est devenu le problème majeur de l'identité métis francophone : sa trop grande proximité avec le monde cajun. Les Créoles ont un rapport complexe et complexé aux Cajuns. Pendant longtemps, malgré des valeurs communes (le travail, la famille, l'attachement à la langue française), ces derniers ont eu à l'égard des Créoles des comportements racistes et ségrégationnistes comparables à une forme d'apartheid. On peut aujourd'hui encore entendre des Cajuns traiter les Créoles de « nèg » ou de « français nèg », termes dont la violence n'a rien à envier au « nigger » anglophone. Au-delà de leur allure physique (le couleur de leur peau est parfois aussi blanche qu'un authentique Cajun, mais ils peuvent être d'une intense négritude, voir photo ci-dessous), c'est la langue des Créoles qui a souvent provoqué le mépris et l'exclusion,

ces derniers parlant, de l'avis des Cajuns, un idiome moins noble, moins maîtrisé que le leur. Aujourd'hui, alors que de nombreux Cajuns communiquent encore en français, il est difficile de rencontrer un Créole qui puisse soutenir une conversation dans notre langue au-delà des premiers mots de bienvenue. Lors du recensement de 2000, ils n'étaient que 4 470 à déclarer s'exprimer en français créole. Néanmoins, en procédant à des recoupements, le nombre réel de Louisianais d'ascendance créole pourrait être d'environ 30 000 (contre 400 000 qui indiquent se considérer d'origine acadienne) (Henry, 177).



Le mépris dont font preuve les Cajuns se justifie mal (ou peut-être trop bien) dans la mesure où les deux communautés, considérées comme une entité unique par les Anglophones, ont subi des affronts et des violences (linguistiques en particulier) identiques. Au début du XX<sup>e</sup> siècle, les autorités américaines qui ne s'étaient jusque-là guère préoccupées de la langue utilisée par les différentes communautés qui peuplaient les Etats-Unis, estimèrent nécessaire de légiférer sur ce point. La question linguistique devint un problème idéologique, ressortissant non plus à la sphère privée mais à la chose publique. Il devint évident qu'on faisait preuve de sa gratitude, de sa loyauté envers les Etats-Unis et son patriotisme en parlant anglais. Le choix d'une autre langue suggérait un refus de la culture américaine et s'apparentait presque à un acte de trahison. Ainsi, la constitution de 1921 bannit l'usage du français dans les cours de récréation des écoles publiques.

Mais ce n'est pas qu'avec les Cajuns que les rapports sont conflictuels. Les Créoles ont eu en effet des rapports ambigus également avec les Noirs anglophones ; ils craignaient d'être submergés par une communauté bien plus nombreuse et puissante. De leur côté, beaucoup de Noirs anglophones trouvaient les Créoles prétentieux et élitistes. Entre les

deux groupes, la méfiance, voire l'animosité, furent longtemps de rigueur, et restent tenace.

L'histoire de la communauté créole est donc celle d'un déclassé progressif, d'une perte de pouvoir et de prestige, d'une relégation au bas de l'échelle économique et sociale, au fin fond d'une région oubliée et sinistrée. Le mépris et les attaques qu'ont dû subir les Créoles émanaient des différentes communautés qu'ils côtoyaient : blancs cajuns et non cajuns comme noirs d'origine africaine-américaine. Nul ne s'en occupait, et leur inutilité politique ou économique ne faisait aucun doute. C'est donc en toute logique que les pratiques artistiques, musicales essentiellement, de cette communauté passaient inaperçues. Seuls quelques rares amateurs non créoles connaissaient et éventuellement appréciaient le zydeco. Mais il ne faisait l'objet d'aucune commercialisation, d'aucune promotion et encore moins d'aucune exploitation médiatique par les autorités locales. Elle suscitait plutôt des réactions de gêne et de honte. Selon Ben Sandmel, au début des années soixante « le zydeco était devenu gênant tant il indiquait l'appartenance ethnique. ».

Deux éléments vinrent modifier graduellement cette situation. D'une part le mouvement des droits civiques, d'autre part, le sursaut identitaire de la communauté cajun. Les Créoles jouèrent en Louisiane un rôle majeur dans la lutte pour les droits civiques, leur histoire personnelle, leurs traditions et leur formation culturelle les rendant plus à même de prendre en main l'organisation du mouvement. Certains d'entre eux ont ainsi pu récupérer une fraction du prestige dont ils jouissaient avant la Reconstruction, voire retrouver le leadership qu'ils occupaient alors. Le réveil cajun eut des conséquences encore plus évidentes. Brutalement conscients que leur langue était sur le point de disparaître complètement, les Cajuns adoptèrent à la fin des années soixante et au cours des années soixante-dix diverses mesures pour tenter d'enrayer le phénomène. Sur un plan strictement linguistique, les résultats n'ont pas été très probants. Malgré les différents programmes mis en place, le nombre de Cajuns capables de communiquer en français continue de diminuer chaque année. Néanmoins, ces actions ont entraîné un renouveau identitaire. La défense du patrimoine musical et littéraire, les efforts pour préserver l'héritage culturel et la mise en valeur de la vie des premiers habitants de la région ont permis une renaissance économique de l'enclave cajun fondée sur le tourisme.

Le renouveau cajun a joué un rôle ambigu. Pour une part, il a contribué à oblitérer encore plus la spécificité, voir l'existence même de la communauté créole. Ainsi, précisément parce qu'il est en partie chanté en français, le zydeco n'a été perçu par le grand public que comme une variante de la musique cajun ou comme l'idiome des

« blacks Cajuns », catégorie dans laquelle bien sûr aucun Créole ne se reconnaît. Ce phénomène d'oblitération de la culture créole peut s'observer dans tous les domaines. En cuisine, de nombreux plats d'origine créole (le gumbo, le jambalaya, le coush-coush, les desserts à la banane, l'utilisation du filé) sont perçus comme des spécialités cajuns (cf. le restaurant Zydeco à New Orleans, qualifié de « world famous Cajun restaurant ») ; en sport, les différentes équipes de l'université de Lafayette, pourtant constituées de nombreux Créoles, s'appellent désormais les « Ragin' Cajuns ». Même la région a en 1971 officiellement changé de nom pour devenir Acadiana.

Mais les efforts des Cajuns ont néanmoins entraîné pour les Créoles quelques conséquences positives. Des artistes anglophones comme Paul Simon (sur le titre «That Was Your Mother », *Graceland*, 1987) ou Eric Clapton ont joué avec des musiciens zydeco, des films comme *The Big Easy* (1987) ont donné une image séduisante des clubs de la région et l'artiste créole Buckwheat Zydeco a même chanté pour la cérémonie de clôture des Jeux Olympiques d'Atlanta en 1996. C'est cette soudaine visibilité qui a provoqué le changement d'attitude des autorités locales. Le zydeco, musique jusqu'alors négligée d'une communauté ignorée, fut identifié comme le moyen le plus efficace de médiatiser cette communauté, la promotion des racines créoles de la région devant permettre d'intensifier l'essor touristique déclenché par le réveil cajun. En jouant sur les deux tableaux, cajun et créole, les responsables politiques espéraient accélérer la reprise économique locale et convaincre touristes, investisseurs, chefs d'entreprise et étudiants de s'installer dans la région ou de la visiter.

Le changement d'attitude s'est fait en deux temps. Dans un premier temps, la prise en compte de la communauté créole doit se comprendre comme un processus imposé aux autorités par la pression de plus en plus forte des politiques identitaires. C'est donc pour se conformer aux nouveaux canons du politiquement correct que les autorités ont commencé à mentionner les origines créoles de la région. Simultanément, quelques intellectuels de l'université de Louisiane à Lafayette (Carl Brasseaux, James Dormon, Barry Jean Ancelet) ont publié de nombreux articles et ouvrages dans lesquels la culture créole se trouvait étudiée avec autant d'intérêt que le monde cajun. Il n'était désormais plus possible d'ignorer la communauté créole, et surtout de la confondre avec la culture cajun. Comme les brochures de l'époque l'affirmaient, « Understand that the Cajuns aren't the only Frenchmen in Acadiana. There are a handful of French cultures here. » Les pratiques culinaires en particulier firent l'objet de distinctions précises : «The words Cajun and Creole are not interchangeable, even where food is involved. Differences exist between the two types of cuisines. To most south Louisiana blacks, Creoles are of a multiracial heritage with African and Caribbean roots. These Creoles have produced a distinctive cuisine.» De même, la langue créole, au même titre que le cajun, d'objet de honte, devint un argument touristique :

« Visitors should also be sure to listen for a variety of Louisiana French being spoken since a lot of local business, especially about food, is still conducted in French in Acadiana. » Surtout, l'Office du Tourisme de Lafayette commença à mentionner dans ses brochures les principaux clubs zydeco de la région, à indiquer les dates des festivals, et à afficher en bonne place des photographies des principaux musiciens : « Born out of the enduring spirit of the Acadians and Creoles, Cajun and Zydeco music is as much a part of the landscape as meandering bayous and moss-draped oaks. ». La publication de quelques livres importants sur le zydeco (Sandmel) ayant rendu son histoire familière, les gloires des décennies précédentes (Clifton Chénier, etc.) devinrent des icônes inévitables des dépliants touristiques.

Mais au cours des années quatre-vingt-dix, cette simple reconnaissance a cédé la place à des politiques plus agressives. D'un simple accompagnement de l'expansion naturelle, « organique » du zydeco et de la culture cajun, au rythme choisi par ses acteurs, d'une simple contribution à leur développement, les autorités locales passèrent à un véritable travail de marketing. Lafayette adopta une nouvelle devise : « Genuine Cajun, Uniquely Creole » et le drapeau créole (créé en 1987) figure maintenant sur les dépliants et le site de la région. Combinant de façon « créative » les différentes modes du moment, la Lafayette Convention and Visitors Commission a inventé de toutes pièces (D. Crozat parlerait ici de pratiques performatives hyper réelles) des rituels touristiques tel, depuis 2001, le Cycle Zydeco - Cajun/Creole Food and Cycling Festival, « a 200 mile 4-day bike tour featuring the spicy food and Zydeco music of the Creoles and Cajuns in South Louisiana. » De façon générale, la musique et la nourriture créoles furent systématiquement associées à leurs équivalents cajuns pour créer une image festive, enjouée et positive de la région. Les clichés et les stéréotypes, bien que dénoncés par ailleurs sous la plume des universitaires locaux, sont devenus les ingrédients de base de la promotion de la région : « "Laissez les bons temps rouler!" or "Let the good times roll!" Cajuns and Creoles take fun seriously. »

L'outil le plus puissant auquel le marketing culturel a eu recours, c'est l'ingénierie médiatique. L'office du tourisme de Lafayette propose ainsi des sujets « clé en mains » aux journalistes, propositions systématiquement orientées vers les communautés cajun et créole : The Legends of Cajun Music, Cajun Music - The Next Generation, Kids Who Play Cajun & Zydeco Music, The Origins & Evolution of Zydeco Music, Eating Your Way Through Cajun Country (or, What A Way To Go!), Low Calorie Cajun Cooking, Cajun and Creole Cookbooks, Cajun vs. Creole (Yes, There is a Difference), African-American Heritage Tours, Cajun or Creole French Dialects, The Flags of the Acadians & Louisiana Creoles, Acadian & Creole Folklife Villages). On trouve par ailleurs des circuits « créoles » où l'on est censé pouvoir apprécier la spécificité de la culture. Par exemple, visite de St Edward, la première église africaine-américaine catholique des Etats-Unis, déjeuner dans un restaurant créole de St. Martinville, puis visite l'après-midi du parc Evangéline et de l'Académie

Noire d'Opelousas, dîner dans un restaurant créole de Lafayette suivi d'une soirée dansante dans un club zydeco.

Un tel travail d'ingénierie ne pouvait se contenter des formes artistiques telles qu'elles étaient. Il fallait les façonner, les réinventer, quitte à les dénaturer, pour qu'elles correspondent au plus près à la fonction que leur avaient assignée les décideurs. Ces derniers inventèrent littéralement des pratiques traditionnelles comme les concours de danse ou les « reines du bal », rebaptisèrent de simples soirées de danse dans les clubs de noms pompeux (« Extravaganza », « Fest »). De telles pratiques visaient à susciter une « nostalgie pour un monde ancien, pur, et authentique » (Adamek 46), nostalgie qu'une Amérique où l'urbanisation et la modernité sont de plus en plus souvent sources d'inquiétudes pouvait trouver séduisante. Le zydeco devait évoquer l'idéal quasi jeffersonien d'une culture rurale autarcique, non industrielle, géographiquement isolée et donc protégée (voir photo ci-dessous), perception pourtant bien différente de la réalité puisque sous sa forme moderne, le zydeco s'est développé dans le milieu urbain et industriel des ouvriers créoles de Houston (Minton).



Les acteurs du zydeco, en s'appuyant sur les concepts d'authenticité et de tradition, ont construit une réalité altérée, hyper réelle, du zydeco, où les racines françaises et rurales ont été artificiellement réactivées et mises en exergue. La simple affirmation des origines campagnardes et françaises du zydeco et leur mise en scène et en espace ont réussi à leur donner corps et chair, à les rendre crédibles et à séduire un public en mal d'identité. Pour reprendre les analyses de Dominique Crozat, les lieux ainsi investis (ici, les zones rurales autour de Lafayette, les districts créoles et francophones) sont alors transformés en espaces hyper réels. On a assisté par ailleurs à la mise en place du concept de « scène », l'expression « scène zydeco » prenant une valeur métonymique

pour désigner l'espace louisianais en question. L'irruption de cette territorialité virtuelle a facilité l'attribution d'une dimension nationale et internationale à une pratique à l'origine limitée géographiquement.

Plus qu'à une simple identité ethnique, c'est alors à une identité à la fois ethnique et territoriale que renvoie le zydeco. Il s'ancre dans un territoire géographique et mental, celui de la créolité, qui permet aux visiteurs blancs comme à leurs hôtes de délimiter un espace physique et symbolique spécifique qui les singularise et les valorise. En cela, il constitue une forme de ce que Jacques Bouët (162) appelle les musiques néo-traditionnelles, ancrées dans la vie sociale de petites communautés dont elles constituent l'emblème identitaire principal. Les traces de français qui y subsistent, au même titre que l'étroitesse du territoire où il se développe, sont des éléments essentiels au développement d'une *ethnicité symbolique* (Gans) qui permet de remplacer « de véritables cultures par des cultures symboliques, mettant en place une appartenance ethnique de la dernière chance ». (Bernard, 149). Mais l'ethnicité symbolique, pour séduisante qu'elle soit, risque pourtant de déboucher sur des phénomènes d'assignation qui consisteraient à indiquer aux différents acteurs comment se comporter. Le danger serait d'aboutir à une folklorisation, une momification de la culture locale, où la participation des blancs resterait superficielle tandis que les Créoles deviendraient spectateurs de leur propre culture. La question que soulève le zydeco est donc celle de la contradiction entre gestion d'un héritage et gestion d'un devenir.

Quel a été l'impact de cette instrumentalisation du zydeco ? De fait, certaines entreprises hors des frontières de la Louisiane ont choisi d'exploiter le capital positif qui s'attache au zydeco. On trouve ainsi une société d'exploration pétrolière qui porte le nom de Zydeco Energy, Inc., des entreprises informatiques (ZydecoTech), des sociétés de mailing ou de services financiers (Zydeco Direct Co, Zydeco Development, Zydeco Exploration Inc., etc.), des modèles de bicyclettes (Burley Zydeco Mixte-S). Par ailleurs, les indicateurs (taux d'occupation des hôtels, chiffre de fréquentation des festivals, recettes du casino d'Evangeline Downs, etc.) révèlent un accroissement modeste des flux touristiques. Les politiciens eux-mêmes ont pu chercher à se rapprocher du zydeco pour servir leurs intérêts personnels. Ce n'est pas par hasard que les candidats aux élections régionales profitent des festivals pour faire campagne, comme Laura Balthazar, candidate au poste de shérif de la paroisse de St Landry (voir photo suivante).



Y a-t-il eu pour autant un renouveau culturel, économique et social pour la communauté créole ? Les entreprises et commerces qui ont le plus profité de l'essor du zydeco appartiennent pour la plupart à la communauté blanche. Les principaux marqueurs socio-économiques soulignent à quel point les Créoles restent isolés : leur revenu moyen est de \$19.400 par an et par foyer, à comparer aux \$38.900 pour les blancs non Cajuns, \$37.400 pour les Cajuns et \$20.500 pour les Africains-Américains. Ils sont aussi les moins éduqués : 32% seulement ont terminé des études secondaires alors que la moyenne louisianaise est de 55% pour les 3 autres groupes, et 3,6 % seulement ont suivi une formation universitaire, contre respectivement 14,5 %, 9,9% et 7,4%. (Henry, 194). Ils ne semblent donc pas bénéficier directement de l'utilisation faite de leur culture et en particulier de leur musique. Le zydeco n'a pas percé sur la scène internationale ou même nationale, les ventes de disques restent confidentielles et confinées, dans l'ensemble, à la région de Lafayette, et même s'il existe ici et là en Europe quelques groupes et festivals zydeco, l'intérêt pour la communauté qui en est à l'origine est presque inexistant. Par ailleurs, la spécificité créole reste globalement ignorée. Dans un article récent consacré à l'accordéon à travers le monde (Télérama, décembre 2007) la journaliste Eliane Azoulay ne mentionnait, à propos de la Louisiane, que des artistes zydeco. Pourtant, c'est systématiquement comme cajuns et non comme créoles qu'elle les a décrits. Le choix de la journaliste souligne à quel point le grand public n'a pas intégré le message des autorités louisianaises. Le discours n'a que très imparfaitement fonctionné, que ce soit à l'extérieur du groupe territorialisé qu'en interne.

Tout au plus la danse zydeco (car c'est essentiellement ainsi que les Créoles eux-mêmes conçoivent et consomment le zydeco, comme une musique à danser plus qu'à écouter), fait l'objet d'un engouement de plus en plus vif de la part d'un public d'Américains (et d'Européens) blancs, d'âge moyen, aisés et éduqués. De nombreux

groupes de musiciens blancs se sont d'ailleurs formés dans différentes régions des Etats-Unis à seule fin de répondre à la demande. Les danseurs ne font certes le voyage vers la Louisiane ou le Texas que rarement, à l'occasion par exemple des grands week-ends de Thanksgiving ou de Labor Day, mais dans les clubs de New York ou de Los Angeles, chaque fin de semaine, ce public blanc constitue l'essentiel de la clientèle (voir photo ci-dessous).



C'est donc un jugement mitigé qu'il faut porter sur les stratégies de marketing qui ont cherché à instrumentaliser la culture populaire louisianaise. Ni le développement, ni le marketing culturel n'ont eu jusqu'à présent de résultats tangibles et durables dans la région de Lafayette et les objectifs économiques comme politiques n'ont pas été atteints. La culture créole reste sinistrée et si la région se réveille lentement, l'intense opération publicitaire des autorités y a joué un rôle marginal. La volonté des politiques et le poids économique des décideurs se heurtent au bout du compte au choix des publics, ou à leur inertie. La culture populaire est une forme décidément difficile à maîtriser et son marketing plus complexe à mettre en place que ce que les décideurs avaient espéré. La distinction opérée par Luc Boltanski entre monde marchand et monde civique s'avère ici particulièrement opératoire : le succès à l'échelon local du zydeco repose clairement sur son appartenance au monde civique et aux valeurs qui y sont associées, valeurs qu'il sera difficile d'instrumentaliser pour faire du zydeco un vecteur national ou international de séduction.

## Bibliographie

- Adamek, O., « Une seule musique », *Filigrane* n° 5, Premier semestre 2007, Editions Delatour, 45-48.
- Ancelet, B. J., « Zydeco/Zarico: The Term and the Tradition », *Creoles of Color of the Gulf South*, James H. Dormon (dir.), Knoxville, University Of Tennessee Press, 1996.
- Bernard, S. K., *The Cajuns. Americanization of a People*, Jackson, University Press of Mississippi, 2003.
- Bouët, J., « L'ethnomusicologie fonctionnelle face à la globalisation : défi ou utopie ? » *Filigrane* n° 5, Premier semestre 2007, Editions Delatour, 143-164
- Borders, F. E., « Researching Creole and Cajun Musics in New Orleans », *Black Music Research Journal*, Vol. 8, No. 1. (1988), 15-31.
- Brasseaux, C. A., K. P. Fontenot & C. F. Oubre, *Creoles of Color in the Bayou Country*, Jackson: University Press of Mississippi, 1994.
- Clermont, G., *Mémoires Francophones : La Louisiane*, Limoges, Presses Universitaires de Limoges, 2006.
- Crozat, D., *Une géographie de l'engagement culturel*, texte de synthèse du diplôme d'habilitation à diriger des recherches, Tours, 2007.
- <En ligne> <http://recherche.univ-montp3.fr/mte>
- Dessens, N., *From Saint-Domingue to New Orleans: Migration and Influences*, Jackson, University Press of Florida, 2007.
- Dormon, J. H., *Creoles of Color of the Gulf South*, Knoxville, University of Tennessee Press, 1996.
- Emoff, R., « A Cajun Poetics of Loss and Longing », *Ethnomusicology*, Vol. 42,

No. 2., Spring - Summer, 1998, 283-301.

Gans, H. J. « Symbolic Ethnicity: The Future of Ethnic Groups and Cultures in America », *Ethnic and Racial Studies*, January 1979.

Henry, J., « Pourquoi les cadiens disparaissent et les créoles restent invisibles », G. Clermont (dir.), *Mémoires Francophones : La Louisiane*, Limoges, Presses Universitaires de Limoges, 2006.

Hunter, M., « Interculturalism and American Music », *Performing Arts Journal*, Vol. 11, No. 3, The Interculturalism Issue, 1989, 186-202.

Mattern, M., « Let the Good Times Unroll: Music and Race Relations in Southwest Louisiana. » *Black Music Research Journal*, Vol. 17, No. 2., Autumn, 1997, 159-168.

Minton, J., « Houston Creoles & Zydeco: the Emergence of an African American Urban Popular Style », *American Music*, vol 14, N°4, winter 96, pp 480-526

Picone, M. D., « Enclave Dialect Contraction: An External Overview of Louisiana French, » *American Speech*, Vol. 72, No. 2., Summer, 1997, 117-153.

Sandmel, B., *Zydeco!*, Jackson, University Press of Mississippi, 1999.

Tisserand, M., *The Kingdom of Zydeco*. New York, Arcade, 1998.