« Where Culture Means Business »

L'industrialisation de la culture et ses conséquences à La Nouvelle-Orléans (2005-2018)

Aurélie Godet
Université de Paris

> « Je pense sérieusement qu'on se dirige vers une fracture du monde musical et culturel car les choses évoluent de manière inquiétante : avant, on faisait de la musique pour elle-même, pour sa dimension spirituelle ; maintenant, on observe quelque chose de semblable à un débarquement américain dans un village. Cette commercialisation risque d'affecter ce qui était caché, protégé jusque-là. »
> Jérôme Smith, ancien militant des droits civiques, fondateur de l'association Tambourine and Fan qui promeut les traditions musicales et festives afro-américaines à La Nouvelle-Orléans (2002) [1].

1 Introduction

Les transformations qui affectent le secteur culturel néo-orléanais depuis le passage de l'ouragan Katrina font l'objet de débats passionnés. En contrepoint de la logique marchande, portée à la fois par l'État de Louisiane (au travers de la *Louisiana Cultural Economy Foundation*) et la municipalité (*Mayor's Office of Cultural Economy*), et d'une « festivalisation » accrue à des fins touristiques qui n'est pas sans rappeler la « standardisation et la production en série [de produits culturels] » dénoncée par Theodore Adorno et Max Horkheimer dans l'un des chapitres de *La Dialectique de la*

1. Cité par Mick Burns, *Keeping the Beat on the Street : The New Orleans Brass Band Renaissance*, Baton Rouge, Louisiana State University Press, 2006.

raison[2], de nombreux collectifs mettent en avant le potentiel émancipateur qui peut provenir des pratiques festives populaires (*second lines*, processions des *Mardi Gras Indians*, défilés carnavalesques) et appellent à plus de soutien à ceux que l'on désigne aujourd'hui sous le terme de « *culture bearers* ».

Fondé sur une enquête ethnographique à La Nouvelle-Orléans[3] et sur mes échanges avec ceux qui font, financent ou valorisent la culture dans celle que l'on surnomme encore parfois « *the Big Easy* », cet article s'attache à comprendre les logiques qui sous-tendent ces débats et à analyser les stratégies de communication mises en œuvre par les différents acteurs en présence pour convaincre une opinion publique partagée.

2 Les acteurs du système culturel étatsunien

Pour comprendre la politique culturelle actuelle de la municipalité, encore faut-il la resituer dans le contexte plus large du système culturel étatsunien. Depuis la fin du XVIII[e] siècle, celui-ci se caractérise par une implication relativement faible de l'État fédéral et du secteur public en général ainsi que par un recours majeur à la philanthropie et au mécénat (les deux étant liés dans un rapport de cause-conséquence complexe).

Il ne faut certes pas sous-estimer l'importance des financements publics indirects sous la forme d'exemptions fiscales dont bénéficient par exemple les musées étatsuniens depuis 1917 en vertu de leur fonction éducative[4], pas plus qu'il ne faut négliger l'importance des ruptures introduites par le *New Deal* dans les années 1930 ou par la « Grande société » johnsonienne dans les années 1960. Les programmes culturels de la *Works Progress Administration* (WPA) de Roosevelt, outre qu'ils ont fourni des emplois à des dizaines de milliers d'artistes comme John Steinbeck, Saul Bellow, Ralph Ellison, Richard Wright, Arthur Miller, John Huston, Orson Welles, Mark Rothko, Jackson Pollock et Aaron Copland, ont beaucoup contribué à démocratiser l'accès à la culture aux États-Unis entre 1935 et 1942[5]. On estime ainsi que près de 25 millions d'Américains ont pu voir des pièces du *Federal Theater Project* entre 1935 et 1939. De même, la création simultanée du *National Endowment for the Humanities* (NEH) et du *National Endowment for the Arts* (NEA), après d'âpres débats en 1965, a permis d'accompagner l'explosion artistique des années 1970, qui a vu le nombre d'artistes professionnels passer de 600 000 à un million en une décennie, tout en organisant la décentralisation culturelle avec la création d'agences culturelles dans chaque État et dans toutes les grandes villes du territoire[6].

2. Theodor Adorno et Max Horkheimer, *La dialectique de la raison* (1947), trad. E. Kaufholz, Paris, Gallimard, 1974.

3. D'une durée de neuf mois (janvier-juillet 2018 puis janvier-mars 2019), cette enquête, réalisée grâce à une bourse Fulbright et une invitation de l'université Tulane, a mêlé observations participantes et entretiens longs (65, d'une durée moyenne de deux heures) et fait partie d'un projet plus large d'histoire politique du carnaval à La Nouvelle-Orléans (manuscrit en préparation).

4. De par leur statut fiscal de « *nonprofit* », la plupart d'entre eux ne sont pas redevables de l'impôt sur le revenu. Voir Don Fullerton, « Tax Policy Toward Art Museums », *in* M. Feldstein (dir.), *The Economics of Art Museums*, Chicago, University of Chicago Press, 1991, p. 204.

5. Au même moment, la Grande-Bretagne créait le *Council for the encouragement of Music and the Arts* (futur *Arts Council*) avec des objectifs assez similaires : aider les artistes victimes de la crise économique et pousser la population à se distraire grâce à l'art.

6. Bien qu'associé au nom de Lyndon Johnson, ce projet d'agence artistique consultative fédérale faisait déjà partie du programme présidentiel du parti démocrate sur lequel s'était appuyé John Kennedy en 1960.

Il n'en demeure pas moins qu'aux États-Unis comme en Grande-Bretagne, la culture relève essentiellement du secteur privé (même la prestigieuse *New York Public Library* n'a de public que le nom). De la naissance du pays à la crise de 1929, les grandes dates de la politique culturelle étatsunienne ont été peu nombreuses. On retiendra principalement quelques belles formules sur les arts des « pères fondateurs » de la nation, la création de la bibliothèque du Congrès en 1800 et l'établissement de la *Smithsonian Institution* à Washington suite à un legs significatif du chimiste anglais James Smithson en 1846. En dehors de cela, très peu d'actions concrètes, peu de commandes publiques d'œuvres d'art, pas de théâtres ni d'opéras nationaux, pas non plus de décisions politiques, encore moins de lois. Longtemps, les orchestres militaires ont été les seules illustrations de la politique culturelle fédérale étatsunienne.

Depuis l'âge d'or du *National Endowment for the Arts* décrit plus haut, la méfiance traditionnelle des Américains envers l'État fédéral et l'action culturelle publique a refait surface [7]. Au tournant des années 1990, sous la présidence de George Bush père, les « *culture wars* » ont fait du NEA, agence pourtant microscopique, un théâtre de bataille national et ont provoqué sa chute. L'agence a été partiellement démantelée, ses personnels limogés et son budget fortement amputé et redistribué aux États [8]. Selon une étude menée par Mark Schuster pour les années 1982-1983, les États-Unis étaient le pays occidental le moins enclin à l'aide publique directe aux arts, qu'il estimait à 3 dollars par tête contre 32 en France et 9,6 au Royaume-Uni [9]. Quinze ans plus tard, les chiffres fournis par le Conseil des arts d'Angleterre n'étaient pas très éloignés : 37,8 livres pour la France, 16,6 livres pour le Royaume-Uni et 3,8 livres aux États-Unis [10].

Aujourd'hui, la séparation centrale dans le système culturel étatsunien entre secteur marchand et secteur non marchand est menacée par deux évolutions concourantes : la commercialisation de la sphère à but non lucratif et l'affaiblissement parallèle de la société civile. L'élargissement de la sphère marchande aux institutions catégorisées comme « *non-profit* » prend des formes multiples qui vont des cachets exorbitants des chefs d'orchestre et des têtes d'affiche aux rémunérations des directeurs de structures à but non lucratif dignes de celles des chefs d'entreprise privées, en passant par les syndicats qui profitent de leur monopole pour négocier chaque année à la hausse les barèmes de cachets des comédiens.

Les mécanismes construits aux États-Unis pour corriger les effets du marché dans la sphère culturelle fonctionnent de moins en moins bien. Les « organisations culturelles non gouvernementales », qui étaient définies principalement par leur statut à but non lucratif hier, ont tendance à se transformer de nos jours en « associations à but non lucratif entrepreneuriales » ou en « entreprises culturelles *non profit* » tant la

Kennedy avait par la suite créé par décret un « Conseil national pour les arts » en 1963. *Cf.* Frédéric Martel, *De la culture en Amérique*, Paris, Flammarion, 2006, p. 183.

7. Voir Don Fullerton, « Tax Policy Toward Art Museums »..., p. 205 ; Frédéric Martel, *De la culture en Amérique...*, p. 521.

8. Hunter James Davison, *Culture Wars : The Struggle to Define America*, New York, Basic Books, 1991.

9. Schuster J. Mark Davidson, « Supporting the Arts : An International Comparative Study », National Endowment for the Arts, 1985, p. 48.

10. Arts Council of England, International Data on Public Spending on the Arts in Eleven Countries, 1998.

nature commerciale de leur action et leurs mécanismes financiers, comme la collecte de fonds (*fundraising*) ou la création de fondations (*endowments*), ont pris le pas sur les missions et les règles non commerciales. Faute de régulation et faute d'acteur central qui pourrait poser le problème et proposer des solutions, le monde de l'art observe, impuissant, l'esprit de l'entreprise, et ce qu'on pourrait appeler un « capitalisme pragmatique », s'installer dans le système culturel non marchand.

À cette commercialisation galopante s'ajoute – et les deux phénomènes sont bien sûr liés – l'érosion de la société civile. Le volontariat stagne, les programmes dirigés vers le grand public (*outreach*) peinent à convaincre et la philanthropie est passée d'une forme de civisme culturel à un moyen d'échapper à l'impôt tout en cultivant son ego. Dans ce contexte, on peut légitimement se demander à quoi servent les nouvelles constructions de bâtiments ou les extensions de musées existants : pour quel art et pour quel auditoire ?

Ainsi, le système culturel étatsunien fait actuellement face à trois grands défis :

— Faire vivre les artistes qu'il célèbre. Sans aides directes de l'État, sans protection sociale, avec des allocations chômage peu confortables et peu durables, seuls les plus résistants et les mieux entourés (et non forcément les plus talentueux) survivent à un niveau professionnel aux États-Unis. Les autres disparaissent.
— Rendre la culture accessible à tous. Même les partisans du modèle étatsunien, et ceux qui mettent l'accent sur l'énergie de ses acteurs, sont obligés de reconnaître que, si le système a réussi à protéger une culture de qualité, il n'est pas parvenu à permettre à tous les Américains d'accéder aux arts. En particulier, les fractions les plus populaires de la société, les moins diplômées, les plus rurales, sont passives quant à leurs pratiques culturelles. Et même les classes moyennes, pourtant une obsession étatsunienne constante, ont peu accès aux arts, surtout si elles vivent dans ces immenses banlieues, les « *exurbs* », qui entourent les villes américaines.
— Éviter que la culture étatsunienne contemporaine ne se confonde entièrement avec la culture de marché, dominée par des conglomérats comme *Time Warner Inc*, *The Walt Disney Company* ou *News Corporation*. Les industries culturelles utilisent constamment des arguments prétendument démocratiques pour établir ou renforcer des logiques économiques et commerciales. Cette confusion délibérée entre culture populaire et culture commerciale, dont le résultat est la fameuse « *pop culture* », conduit à une dynamique d'ensemble dans laquelle l'effet du nombre, le grand public et l'audience deviennent les uniques facteurs de légitimité [11].

11. Frédéric Martel, *Mainstream*, Paris, Flammarion, 2010. Pour une analyse subtile de la dialectique entre culte de la singularité et recherche du « plébiscite » planétaire qui fonde la musique « pop », voir également Agnès Gayraud, *Dialectique de la pop*, Paris, La Découverte, 2018.

3 La logique marchande à l'œuvre à La Nouvelle-Orléans depuis les années 1890

Dans le paysage culturel étatsunien, La Nouvelle-Orléans a longtemps fait figure de désert, ou tout au moins de parent pauvre. Contrairement aux idées reçues selon lesquelles la ville aurait été dépositaire de la culture européenne la plus sophistiquée, une sorte de « mini-Versailles », rappelons ici qu'elle ne comptait que 8 000 habitants en 1803 et que ses rues sales (elle ne s'est équipée d'un système d'égouts qu'un siècle plus tard), ses bâtiments en bois, ses tripots et tavernes n'étaient guère propices à l'éclosion d'une culture de salon. « Ils errent de salle de bal en jeu de cartes, de jeu de cartes en table de billard, de table de billard en jeu de dés, et de jeu de dés en salle de bal », notait un visiteur en 1835 à propos de ses habitants [12]. Un autre observait à propos de l'absence de librairie : « Le propriétaire d'un établissement de ce type mourrait de faim au milieu de ses livres à moins de susciter l'intérêt du lecteur en lui décrivant l'art de doubler son capital en un an [13]. » De manière générale, les habitants étaient décrits comme « aussi étrangers à l'art qu'à la science, et même à la connaissance la plus élémentaire » [14]. On trouve mention de ce manque de raffinement jusque dans les résolutions du conseil municipal pendant la colonisation espagnole (1763-1800), lorsque le *Cabildo* exigea que soit mis un terme à la pratique masculine de poser des chiques de tabac sur les chaises des dames, de mâcher des gousses de vanille et de les laisser traîner dans les bâtiments, ce qui produisait une « odeur intolérable [15] ».

Quelques jours après sa prise de fonctions en 1803 (celle-ci faisant suite à la rétrocession de la Louisiane à la France et à son achat par les États-Unis), le gouverneur William Claiborne commentait ainsi l'habitude qu'avaient les habitants de la ville de fréquenter les bals et les fêtes au moment du carnaval : « Nos nouveaux concitoyens sont plongés dans une grande ignorance [16]. » Le consul des États-Unis à La Nouvelle-Orléans pendant la période coloniale, Daniel Clark, était du même avis, rappelant qu'« à peine plus de la moitié des habitants ne savent lire ou écrire en français et pas plus de 200 correctement [17] ».

Le climat « anti-intellectuel » de la ville s'infléchit quelque peu au XIX^{e} siècle, notamment en raison de l'afflux de réfugiés francophones en provenance de Saint-Domingue et de Cuba (15 000 Blancs, gens de couleur libres [18] et esclaves environ entre 1791 et

12. Robert Gibbes Barnwell (dir.), *The New Orleans Book*, New Orleans, Robert Gibbes Barnwell, 1851. Sur l'enthousiasme des Néo-Orléanais pour les bals, voir également Randall R. Couch. « The Public Masked Balls of Antebellum New Orleans : A Custom of Masque Outside the Mardi Gras Tradition », *Louisiana History* 35 (automne 1994), p. 403-431.

13. Cité dans James C. Gill, *Lords of Misrule : Mardi Gras and the Politics of Race in New Orleans*, Jackson : University of Mississippi Press, 1997, p. 30.

14. *Ibid.*

15. *Ibid.*

16. William C. C. Claiborne, lettre à Thomas Jefferson, 29 septembre 1803.

17. Cité dans James C. Gill, *op. cit.*, p. 32. Il est vrai que La Nouvelle-Orléans n'abritait alors qu'une école publique (dans laquelle l'enseignement était dispensé en espagnol) et aucune université. Lire à ce propos Laura Ewen Blokker, *Education in Louisiana*, rapport pour le département de la Culture et du tourisme louisianais, 2012. https://www.crt.state.la.us/Assets/OCD/hp/nationalregister/historic_contexts/Education_in_Louisiana.pdf (page consultée le 11 décembre 2018).

18. Rappelons ici que le terme « gens de couleur libres » s'appliquait aux affranchis ou descendants d'affranchis, issus d'unions entre propriétaires fonciers français et esclaves africaines.

1810). En fondant ou en faisant vivre le Théâtre de la Rue Saint-Pierre (1792-1810), le Théâtre d'Orléans (1806-1815) et le Théâtre de la Rue St. Philippe (1808), ces derniers permirent à la ville de devenir « le premier endroit du pays où on entendit de l'opéra [19] » et un haut-lieu du divertissement de type vaudevillesque [20]. Après l'achat de la Louisiane par les États-Unis en 1803, la communauté anglophone de la ville entreprit de rivaliser avec cette intense activité artistique en fondant à son tour des théâtres comme le *St. Charles Theatre* dans le faubourg *St. Mary*, considéré en 1835 comme « le plus beau théâtre de tous les États-Unis [21] ». La scène jazz néo-orléanaise du début du XX^e^ siècle peut à raison être considérée comme l'héritière de cette effervescence créatrice (c'est d'ailleurs au son de cette musique que s'ouvre la célèbre didascalie inaugurale du chef-d'œuvre de Tennessee Williams, *Un Tramway nommé désir* [22]).

Aujourd'hui, l'image de La Nouvelle-Orléans s'est inversée au point que la ville fait presque figure de paradis culturel au sein d'une nation de Philistins. Quatre éléments contribuent notamment à son attractivité sur la scène nationale et internationale : sa musique (*live* plus qu'enregistrée), son carnaval (le plus grand d'Amérique du Nord), sa cuisine créole et son architecture (de la maison de maître du Quartier français au style « *Greek revival* » du Garden District). Directement lié au processus de « créolisation » à l'œuvre dans la ville depuis ses origines, cet héritage culturel a attiré 7,5 millions de touristes en 2008 et 11 millions en 2018, faisant d'elle l'une des 40 villes les plus visitées des États-Unis.

Des quatre richesses culturelles susmentionnées, le carnaval est celle dans laquelle les élites politiques et économiques de la ville ont le plus investi depuis le milieu du XIX^e^ siècle [23]. En 1872, l'organisation carnavalesque Rex (dont faisait partie un futur maire de la ville, Joseph Shakespeare) se donna explicitement pour objectif d'attirer les touristes afin de redresser l'économie locale affaiblie par la guerre de Sécession. En 1884, la ville accueillit une exposition universelle (*World's Cotton and Industrial Exposition*) qui, si elle fut un échec retentissant du point de vue financier,

19. Alice Dunbar-Nelson, « People of Color in Louisiana, Part II », *Journal of Negro History* 2, janvier 1917, p. 62. À une époque où les théâtres étaient encore relativement rares dans la jeune république américaine, La Nouvelle-Orléans accueillit ainsi en 1823, c'est-à-dire trois ans avant New York, la première représentation du *Barbier de Séville* aux États-Unis.

20. En novembre 1829, l'ancien capitaine de la marine marchande française Jean Boze écrivit ainsi à son ami Henri de Sainte-Gême que « le Théâtre d'Orléans a joué *La Caravane du Caire*, un grand opéra, suivi d'un vaudeville. Entre ces deux pièces, nos danseurs, hommes et femmes, ont donné plusieurs spectacles en solo, à deux ou trois, accompagnés d'un ballet, qui ont reçu les applaudissements du public ». Cité dans Nathalie Dessens, *From Saint-Domingue to New Orleans : Migration and Influences*, Gainesville, University Press of Florida, 2007, p. 11.

21. Cité dans Don B. Wilmeth, Christopher Bigsby (dir.), *The Cambridge History of American Theatre*, vol. 1, New York, Cambridge University Press, 1998, p. 406.

22. « Extérieur d'un immeuble d'angle de deux étages, d'une rue dénommée Les Champs-Elysées, allant des voies ferrées jusqu'au fleuve [...]. On sentirait presque l'haleine chaude du fleuve bruni à l'arrière des entrepôts riverains, avec leurs réminiscences d'odeur de banane et de café. En écho, la musique de musiciens noirs se fait entendre, en provenance d'un bar du coin. À cet endroit de La Nouvelle-Orléans, on ne sait pas vraiment si cela vient d'un lieu tout proche, ou bien si l'on entend un mauvais piano un peu plus lointain sur lequel jouent quelques doigts bruns d'une agilité ludique. » Tennessee Williams, *Un Tramway nommé Désir* (1947), traduction de Pierre Laville, Paris, Robert Laffont, coll. « Pavillons poche », 2017, p. 5.

23. En soi, le carnaval néo-orléanais relève de l'initiative privée puisqu'il est financé par des dizaines de clubs, fraternités et associations diverses, certains prenant le nom de « *krewes* », d'autres celui de « *gangs* », d'autres encore celui de « *walking clubs* », etc. Mais la ville contribue largement à la fête en assurant le nettoyage de la voie publique, en dépêchant une forte présence policière autour des défilés et en communiquant régulièrement autour du carnaval.

lança officiellement l'économie touristique de la ville [24]. À partir des années 1890, la municipalité et la Chambre de commerce locale décidèrent de faire de La Nouvelle-Orléans la capitale festive des États-Unis en partenariat avec les compagnies de chemin de fer comme *Illinois Central Railroad* qui desservaient la ville depuis Chicago et une presse nationale friande de nouveauté. Petit à petit, l'exceptionnalisme culturel de la ville se construisit sur une image à la fois festive et débauchée (« *the City that Care Forgot* », « *The Big Easy* »). La promotion du carnaval se fit ainsi en parallèle de celle du quartier *Storyville*, haut lieu du tourisme sexuel de 1897 à 1917, dont les « *Blue Books* » vantaient la diversité et la bonne tenue [25].

Des auteurs comme Lyle Saxon, dont la prose oscillait entre réalisme et romantisme, contribuèrent fortement à la réputation du carnaval sur le territoire américain. Le récit qu'il consacra au mardi gras de son enfance, publié en 1928 dans l'anthologie *Fabulous New Orleans*, répondait bien au goût pour l'exotisme et le mystère qui se faisait jour à l'époque dans la littérature touristique [26]. L'élite politique et économique de la ville lui sut gré de dépeindre la ville sous un jour aussi « fabuleux », ainsi qu'en témoignent certaines des lettres de remerciements qui lui furent adressées. « Vous êtes une Chambre de Commerce à vous tout seul », le complimenta ainsi le président de la *New Orleans Association of Commerce*, Alfred David Danziger, en 1929 [27].

Fait intéressant : pendant la Grande Dépression, Saxon chapeauta la branche louisianaise du *Federal Writers' Project* en Louisiane et travailla dans ce cadre à la rédaction d'un guide touristique sur La Nouvelle-Orléans, *The WPA Guide to New Orleans* [28]. Dans cet ouvrage extrêmement détaillé, le chapitre sur le carnaval se trouva intégré à une section plus large intitulée « Développement économique et social [29] ». Clairement, le processus de transformation de la culture locale en produit de consommation était déjà entériné.

Durant les décennies qui suivirent, l'office du tourisme de la ville (*Convention and Visitors' Bureau*) et le Bureau municipal de la publicité (*Publicity Bureau*) appelèrent régulièrement à la création de nouvelles organisations carnavalesques susceptibles d'attirer la manne touristique au cours des semaines précédant mardi gras, allant même

24. *cf.* J. Mark Souther, *New Orleans on Parade : Tourism and the Transformation of the Crescent City*, Baton Rouge, Louisiana State University Press, 2006, p. 20-22.

25. Pour Jeanne Nathan, membre de l'organisation *Creative Alliance of New Orleans*, la création de cette zone de prostitution légale à l'initiative du conseiller municipal Sidney Story (qui lui a donné son nom) constitue peut-être « l'intervention la plus explicite des autorités dans le domaine culturel de l'histoire de la Louisiane » tant elle a permis à des musiciens comme Buddy Bolden, Jelly Roll Morton et Louis Armstrong de vivre de leur art. Citée dans Bernhardt Bauer, « Not Commodified Enough : An Anthropological Case Study about Music in New Orleans », *in* C. Antenhofer, G. Bischof, R. L. Dupont et U. Leitner (dir.), *Cities as Multiple Landscapes*, Frankfurt, Campus Verlag, 2016, p. 357. Sur l'histoire de Storyville, lire également Pamela Arceneaux, « Guidebooks to Sin : The Blue Books of Storyville », *Louisiana History* 28 : 4 (1987), p. 397-405 ; Martine Geronimi, « Storyville et le tourisme sexuel : une tradition inventée ? », *Téoros* 22 : 1 (2003), p. 36-43.

26. Lyle Saxon, *Fabulous New Orleans*, New York, The Century Company, 1928.

27. Cité dans Anthony Stanonis, « 'Always in Costume and Mask' : Lyle Saxon and New Orleans Tourism », *Louisiana History* 42 : 1 (2001), p. 40.

28. Sur le Federal Writers' Project en Louisiane, lire Richard Megraw, « Federal Writers Project », https://64parishes.org Encyclopedia of Louisiana, dirigée par David Johnson, Louisiana Endowment or the Humanities, 10 janvier 2011 ; Joan Redding, « The Dillard Project : The Black Unit of the Louisiana Writers' Project », *Louisiana History* 32 : 1 (1991), p. 47-62.

29. Federal Writers' Project, *The WPA Guide to New Orleans*, Boston, Houghton-Mifflin, 1938, p. 174-185.

jusqu'à financer le défilé et le bal du *Krewe of Nor*, association réservée aux enfants des écoles publiques blanches de la ville [30]. Parallèlement, un groupe d'hommes d'affaires décida de relancer l'économie locale durement affectée par la seconde guerre mondiale en créant des « *super-krewes* » dont l'objectif premier était de stimuler l'industrie touristique en offrant un spectacle de qualité (célébrités à l'appui) et ouvert au plus grand nombre (le défilé était gratuit, seul le bal qui suit était payant) à défaut d'être réellement participatif. À partir des années 1960, les organisations Bacchus et Endymion (rejointes par Orpheus en 1993) commencèrent à drainer des foules gigantesques, ce qui n'empêcha pas la coexistence avec une dizaine d'autres groupes moins connus dans une relative bonne entente. Matrice de la sociabilité néo-orléanaise à longueur d'année, le carnaval de La Nouvelle-Orléans se mit à irriguer l'économie locale jusque dans ses moindres recoins, faisant notamment vivre musiciens, peintres, costumiers, photographes, restaurateurs, hôteliers, vendeurs ambulants etc.

Parallèlement à cette expansion du carnaval (un record fut atteint en 1985 avec 56 défilés et une centaine de bals dans l'aire métropolitaine de La Nouvelle-Orléans entre le 6 janvier et le mercredi des Cendres), La Nouvelle-Orléans vit dans les années 1990 une multiplication du nombre d'événements festifs (*New Orleans Jazz and Heritage Festival*, *French Quarter Festival*, *Gumbo Festival*, *Tomato Festival*, *Southern Decadence*, *Christmas Under the Oaks*, *Tennessee Williams Literary Festival*, *Oktoberfest*, etc.) qui amena Ann Pond à s'interroger sur « la capacité singulière de La Nouvelle-Orléans à générer, quasi spontanément, des festivals [31] ».

On aurait pu croire cette « festivalisation » simultanée de la culture et de l'espace public [32] achevée au seuil du XXI^e^ siècle. Et pourtant, les années 2000 ont encore renforcé la commodification [33] de la culture à La Nouvelle-Orléans, la municipalité se targuant de faire de la culture « son affaire ».

30. Kevin Fox Gotham, *Authentic New Orleans : Tourism, Culture, and Race in the Big Easy*, New York, New York University Press, 2007, p. 92-93.

31. Ann Pond, « New Orleans' Art for Arts' Sake Gala : A Case Study of the City's Penchant for Festival », *Louisiana History* 34 : 4 (1993), p. 432. Selon Pond, cette capacité s'expliquait en partie par le caractère « pré-moderne » de la ville, qui n'a effectivement jamais connu les degrés d'industrialisation ou de syndicalisation d'autres villes nord-américaines. En l'absence de remise en cause de l'ordre social traditionnel, la division entre travail et loisirs qui caractérise les sociétés industrielles n'aurait jamais pu s'y enraciner.

32. Andy Bennett, Jodie Taylor et Ian Woodward (dir.), *The Festivalization of Culture*, Farnham, Ashgate, 2014 ; Waldemar Cudny, « Festival Tourism – The Concept, Key Functions and Dysfunctions in the Context of Tourism Geography Studies », *Geographical Journal* 65 (2013), p. 105-118. https://www.sav.sk/journals/uploads/03101218Cudny.pdf (page consultée le 11 décembre 2018).

33. On entend par « commodification » la transformation d'atouts culturels matériels et immatériels en produits de consommation.

4 « Louisiana : Where Culture Means Business »

Sous l'influence d'un discours économique de type néo-libéral [34], la culture est devenue dans les années 2000 le moyen pour La Nouvelle-Orléans d'attirer une nouvelle génération d'actifs qualifiés (ceux que Richard Florida a désignés comme « la classe créative » en 2002 [35]) et ainsi de contrebalancer la stagnation du tourisme et de ses revenus pétroliers ainsi que le déclin de son port [36].

Cette stratégie s'est dans un premier temps développée à l'échelle de la Louisiane. Mitchell Landrieu, gouverneur adjoint de l'État de 2004 à 2010, s'est ainsi fait connaître en faisant sien le slogan « *Louisiana : Where Culture Means Business* », titre d'un rapport sur les industries culturelles louisianaises rédigé par le cabinet *Mt. Auburn Associates* [37]. Au cours de son mandat, il a promu une définition essentiellement marchande de la culture (elle-même élargie au design, au divertissement, aux médias numériques, aux arts visuels et culinaires et à la conservation), rappelant que celle-ci peut générer des « retours sur investissements » en termes d'emploi, de créations d'entreprises et de revenus pour le territoire. Soulignant la nécessité de prendre en compte la totalité de la chaîne de valeur du cycle culturel (création, production, distribution, diffusion et accès), son équipe a lancé un certain nombre d'initiatives, dont trois méritent d'être mentionnées ici.

1) La *Louisiana Cultural Economy Foundation*, fondation privée à but non lucratif, a été mise en place en 2005 afin d'améliorer les conditions de la création. Elle finalise aujourd'hui son plan stratégique pour soutenir l'industrie culturelle de la Louisiane et encourager la création d'entreprises et l'innovation du secteur. Elle cherche notamment à favoriser les partenariats public-privé en faveur des artistes et organisations culturelles, en particulier sur le volet santé et qualité de vie des travailleurs du secteur. Elle encourage également les « travailleurs créatifs » à rejoindre son incubateur, baptisé « *Culture-Up* », dans lequel ils peuvent trouver un soutien logistique à la création d'entreprises (notamment par la mise à disposition de bureaux et de matériel adéquat). En 2010, la Fondation avait levé 1,1 million de dollars de fonds publics et privés, distribué à 300 artistes, organisations et entreprises culturelles.
2) Afin d'accélérer la création d'entreprises et de stimuler l'emploi, l'État de Louisiane a par ailleurs mis en place des mesures fiscales incitatives, inspirées du

34. Comme celui de « démocratie », le terme « néo-libéral » fait l'objet de définitions très divergentes. Je l'entends ici au sens de troisième voie entre le libéralisme classique et la planification socialiste, qui conduit l'État (ou les collectivités locales) à mettre en œuvre les conditions d'épanouissement du capitalisme, notamment par la dérégulation et les incitations fiscales. Selon Megan French-Marcelin, le tournant néo-libéral de La Nouvelle-Orléans a commencé dans les années 1970, lorsque les maires ont détourné des programmes fédéraux destinés à la construction de logements sociaux (*Community Development Block Grants*) pour construire des hôtels, des centres de congrès et des sièges sociaux d'entreprises, autrement dit pour réorganiser la ville autour d'intérêts privés aux dépens de l'intérêt général. Megan French-Marcelin, « Gentrification's Ground Zero », *Jacobin*, 28 août 2015.

35. Richard Florida, *The Rise of the Creative Class*, New York, Basic Books, 2002.

36. Le secteur énergétique et le secteur maritime ont perdu beaucoup d'emplois dans les années 1980 et 1990. En cause, la baisse du prix du baril, la concurrence des nations de l'OPEP, les progrès techniques dans la construction navale et la consolidation du secteur énergétique à Houston. Aujourd'hui, l'industrie du pétrole/gaz n'emploie plus que 4-5 % de la main d'œuvre louisianaise.

37. Mt. Auburn Associates, *Louisiana, Where Culture Means Business*, Baton Rouge, State of Louisiana, 2005.

Québec, dans quatre domaines de la création culturelle : le cinéma, l'enregistrement sonore, les jeux vidéo et le marché de l'art. Le premier, créé en 2002 et géré par le *Louisiana Office of Entertainment Industry Development*, a permis d'attirer de nombreux tournages (les séries *Treme*, *American Horror Story* et *NCIS*, les films *Ray*, *Le Maître du jeu, L'Étrange histoire de Benjamin Button*, *Dallas Buyers Club* etc.). Grâce à lui, la Louisiane est devenue le troisième centre américain en termes de production de films après Hollywood et New York (d'où son surnom actuel de « *Hollywood South* »). Le dernier, mis en place en 2007, a permis d'alimenter le commerce de l'art en exemptant de TVA la vente d'œuvres d'art originales dans 97 « districts culturels » (principalement des quartiers historiques délaissés suite à Katrina) créés sur l'ensemble du territoire louisianais [38].

3) Afin d'affirmer internationalement les réussites de la stratégie culturelle de la Louisiane et d'alimenter la réflexion, Mitch Landrieu s'est par ailleurs impliqué dans l'organisation d'un sommet mondial annuel de l'économie culturelle (*World Cultural Economic Forum*) de 2008 à la fin de son mandat.

Ces initiatives se sont ajoutées au programme « *Arts Business* », porté par le conseil des arts de La Nouvelle-Orléans et qui offre depuis 1991 des formations continues de gestion et de conseil (marketing, financement, technologie, consultations juridiques gratuites, assurance santé…) à l'attention des artistes, organisations artistiques et entreprises artistiques.

Les inondations destructrices qui ont suivi le passage de l'ouragan Katrina en 2005 (1 500 victimes rien qu'en Louisiane, des villes entières sous les eaux) ont semblé un temps remettre en cause cette évolution, tant elles ont fragilisé le tissu économique, social et culturel de l'État [39]. Pour autant, la catastrophe a rapidement été reformulée en termes d'opportunité, y compris par le gouverneur adjoint Mitch Landrieu. « La Louisiane a un atout économique que ne peuvent que nous envier d'autres États : une culture originale, authentique, enracinée et diverse », affirmait-il alors qu'il négociait avec le Congrès fédéral l'octroi de millions de dollars d'aide pour soutenir l'industrie du tourisme et les industries culturelles locales [40]. La privatisation du secteur public louisianais s'est ensuite accélérée, faisant de l'État un exemple parfait du « *disaster capitalism* », ce système qui consiste à « attendre une crise majeure, puis à vendre des secteurs publics entiers pièce par pièce à des acteurs privés alors que les citoyens ne se sont même pas encore remis du choc, puis faire de ces 'réformes' un état de fait permanent [41] ». Comme à New York après les attentats de 2001, la rhétorique de la résilience s'est ainsi transformée en outil de la privatisation [42].

38. Depuis l'été 2018, les vendeurs doivent tout de même s'acquitter de la TVA étatique (*state sales tax*) ; seule la TVA locale fait l'objet d'une exemption.

39. Raeburn, Bruce Boyd, « 'They're Tryin' to Wash Us Away' : New Orleans Musicians Surviving Katrina », *Journal of American History* 94 : 3, « Through the Eye of Katrina : The Past as Prologue ? » (2007), p. 812-819.

40. Cité dans Louisiana Department of Culture, Recreation & Tourism, « Louisiana Rebirth : Restoring the Soul of America », 2005, p. 14.

41. Klein Naomi, *The Shock Doctrine. The Rise of Disaster Capitalism*, Toronto, Knopf, 2007, p. 7.

42. Gotham Kevin Fox et Miriam Greenberg, *Crisis Cities : Disaster and Redevelopment in New York and New Orleans*, New York, Oxford University Press, 2014. Sur ce sujet, les ouvrages suivants sont également très instructifs : Cedric Johnson (dir.), *Neoliberal Deluge : Hurricane Katrina, Late Capitalism,*

Élu maire de La Nouvelle-Orléans en 2010, Mitch Landrieu n'a eu de cesse durant ses deux mandats de faire de la ville la capitale culturelle du Sud, face à d'autres métropoles plus attractives comme Atlanta, Austin, Nashville ou Houston. La culture est alors devenue un instrument de « distinction » [43] dans un contexte de compétition interaméricaine accrue. La création du Bureau de l'économie culturelle en 2010 est devenue le symbole de ce regard marchand sur la culture. Sous la direction de Scott Hutcheson, une équipe de cinq (puis six) personnes a entrepris d'améliorer le dialogue entre le secteur culturel commercial et non commercial. Concrètement, le cabinet Landrieu s'est fixé les objectifs suivants :

1) Publier chaque année un rapport quantifiant l'impact de l'économie culturelle à La Nouvelle-Orléans [44]. En 2014, celui-ci a estimé à 28 157 le nombre de concerts ayant eu lieu pendant l'année dans 58 bars, salles de concerts et théâtres différents. En 2017, ce même rapport a rappelé que 13,5 % de la main d'œuvre néo-orléanaise travaillaient dans le secteur de l'économie culturelle ;
2) Moderniser les infrastructures culturelles (l'offre s'est ainsi enrichie de nouveaux musées comme le *Southern Food and Beverage Museum*, tandis qu'un nouvel espace de formation pour le *New Orleans Center for Creative Arts* a vu le jour en bordure du Mississippi) ;
3) Piloter la coordination entre les acteurs de la culture et du tourisme dans une démarche de partenariat public-privé. C'est ainsi qu'un artiste comme Brandan « B-mike » Odums, connu localement pour ses graffiti monumentaux, s'est vu proposer d'installer son studio dans une ancienne friche industrielle du quartier *Bywater*, réhabilitée par un entrepreneur immobilier local, Sean Cummings, légitimant de fait le statut de mécène de celui qui n'était vu jusque-là que comme un spéculateur. « Les partenariats de ce type masquent des initiatives commerciales derrière les notions de collectivité et d'art communautaire, occultant de fait leurs vrais objectifs », rappelle Megan French-Marcelin [45].

En parallèle de l'action municipale et étatique, la commercialisation des pratiques culturelles s'est accélérée, avec la création de nouveaux festivals où les stands et vendeurs ambulants sont souvent plus nombreux que les artistes (il en existe aujourd'hui une centaine, soit plus de deux chaque week-end), un *sponsoring* renforcé de l'industrie pétrolière (Chevron pour le *French Quarter Fest* [46], *Satchmo Summer Fest* et *Christmas New Orleans Style*, Shell pour *Jazz Fest*) et la multiplication des « *second lines* » ou des processions de *Black Indians* dans un cadre autre que celui de la rue ou même de l'espace public [47]. Cette dernière tendance n'est d'ailleurs pas sans rappeler

and the Remaking of New Orleans, St. Paul, University of Minnesota Press, 2011 ; Vincanne Adams, *Markets of Sorrow, Labors of Faith : New Orleans in the Wake of Katrina*, Durham, Duke University Press, 2013 ; John Arena, *Driven from New Orleans : How Nonprofits Betray Public Housing and Promote Privatization*, St. Paul, University of Minnesota Press, 2013.

43. Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.

44. Voir par exemple Mayor's Office of Cultural Economy, New Orleans Cultural Economy Snapshot, 2016.

45. Megan French-Marcelin, « Gentrification's Ground zero...

46. Comble de l'ironie, le festival a débuté en 2018 le jour où un navire s'est échoué au large du Quartier français, déversant près de 16 000 litres de pétrole brut dans le Mississippi.

47. On peut ainsi organiser une « *second line* » ou louer les services d'un groupe de « *Mardi Gras Indians* » pour un mariage, un séminaire d'entreprise etc. *via* des sites comme celui-ci : http://www.

ce qui se passe au Brésil autour des blocs « afro » de Bahia, dont les plus célèbres (Olodum, Ilê Aiyê) ont totalement intégré la logique marchande à leurs activités [48].

La colonisation mercantile de la culture est souvent présentée comme inévitable. Et certains artistes l'appellent ouvertement de leurs vœux tant leur survie dépend des habitudes de consommation des touristes [49]. Pour autant, elle n'est pas sans susciter l'opposition de nombreux « *culture-bearers* », « *culture workers* » et autres « *stakeholders* » qui tentent d'occuper l'espace médiatique afin de se faire entendre et de s'organiser sur le terrain pour se réapproprier l'espace public.

5 Résistances à la colonisation mercantile

Les motivations ne sont, bien sûr, pas les mêmes d'un groupe à l'autre. Certains estiment que la commercialisation de la culture, loin d'aider les « porteurs de culture », perpétue les inégalités économiques (déjà criantes) à La Nouvelle-Orléans en bénéficiant surtout aux résidents les plus aisés. C'est la thèse de l'effet pervers telle que décrite par Albert Hirschman dans son ouvrage fondateur, *Deux siècles de rhétorique réactionnaire*, à savoir que toute tentative de modifier l'ordre existant produit des effets strictement inverses au but recherché [50]. Parmi ses tenants à La Nouvelle-Orléans, l'on trouve de nombreux chercheurs et militants pour qui les acteurs de la politique culturelle actuelle, les « *culture makers* » (souvent blancs), tendent à profiter des « *culture bearers* » (surtout noirs) en réhabilitant à grand coût des propriétés délabrées puis en les louant à des prix qui n'ont plus rien à voir avec ceux du quartier à l'origine, obligeant ainsi les seconds à déménager, voire à quitter la ville. Le débat sur la commercialisation de la culture rejoint ici les débats sur l'appropriation culturelle et la gentrification [51].

D'autres acteurs culturels soulignent, eux, que les programmes culturels de l'administration Landrieu n'ont eu qu'un effet faible, voire inexistant, sur l'économie locale. Cet argument, qu'Hirschman a baptisé « la thèse de l'inanité », est brandi aujourd'hui par Vicki Mayer, professeur de communication à l'université Tulane. Selon elle, le bilan de la politique de crédits d'impôts accordés à l'industrie du cinéma pour attirer les tournages serait loin d'être aussi positif que l'affirment certains cabinets de conseil [52]. D'aucuns lui répondront qu'il est de toute façon impossible de mesurer l'impact de la dépense culturelle et que la notion même d'efficacité économique de l'investissement artistique et des dépenses culturelles est problématique. Il n'empêche qu'on aura du mal à effacer l'échec retentissant d'initiatives comme le *Louisiana ArtWorks Com-*

secondlines.net ou http://www.mardigrasindianshow.com. La plupart des « tribus » de Black Indians se produisent par ailleurs dans le cadre de *Jazz Fest*.

48. Laura De La Rosa Solano, « Les blocs 'afro' du carnaval de Salvador de Bahia, entre luttes symboliques et enjeux économiques », *cArgo : revue internationale d'anthropologie culturelle et sociale* 1, 2016, p. 7-18.

49. Bernhardt Bauer, « Not Commodified Enough : An Anthropological Case Study about Music in New Orleans », C. Antenhofer, G. Bischof, R. L. Dupont et U. Leitner (dir.), *Cities as Multiple Landscapes*, Frankfurt, Campus Verlag, 2016, p. 347-368, p. 362-364.

50. Albert Hirschman, *Deux siècles de rhétorique réactionnaire*, Paris, Fayard, 1991.

51. Matt Sakakeeny, « Living in a Laboratory : New Orleans Today », *BooksandIdeas.net*, 10 septembre, 2015 ; Peter J. Marina, *Down and Out in New Orleans : Transgressive Living in the Informal Economy*, New York, Columbia University Press, 2017.

52. Vicki Mayer, *Almost Hollywood, Nearly New Orleans : The Lure of the Local Film Economy*, Berkeley, University of California Press, 2017, p. 258-265.

plex, créé afin de soutenir l'emploi des artistes à la sortie de l'université et d'éviter leur départ. Inauguré en grande pompe en 2005, financé par une combinaison de fonds publics (*National Endowment for the Arts*, État de Louisiane) et de mécénat (fondation Ford, fondation Warhol), ce complexe résidentiel qui avait coûté la bagatelle de 25 millions de dollars a dû fermer en 2011, faute de public, et a finalement été revendu en 2014 pour la somme, bien plus modeste, de 6,2 millions de dollars.

Parfois, la critique du système capitaliste se fait plus radicale, inspirée notamment par les réflexions de Theodore Adorno et de Max Horkheimer sur la « standardisation et la production en série [de produits culturels] » [53]. L'on souligne, par exemple, à quel point la commercialisation des pratiques culturelles afro-américaines (que le site de la ville assimile à d'autres pratiques « ethniques » pour les résorber dans un grand ensemble « multiculturel » [54]) les a vidées de leur sens politique et contestataire. L'on rappelle, plus généralement, à quel point la vie culturelle laissée à l'impératif de rentabilité s'appauvrit, ou que le mécénat constitue plus sûrement un transfert ponctuel de charge qu'un moyen de transformer les conditions du financement de la production culturelle.

Ces réflexions se traduisent par des actions diverses, dont nous ne donnerons ici que quelques exemples représentatifs.

Partant de l'idée qu'il était urgent de recréer autour des processions (*parades*) une « contre-sphère publique » aux États-Unis [55], les *social aid and pleasure clubs* de La Nouvelle-Orléans se sont élevés contre l'augmentation brutale (+ 350 % en un an) du prix de leur permis de défiler, imposée par la municipalité en 2006 suite à une fusillade pendant un défilé. Après une victoire en demi-teinte (la mairie est finalement revenue sur sa décision, mais les frais de protection policière sont demeurés bien plus élevés qu'avant Katrina), les 32 clubs actuels (contre plus de 50 avant Katrina) maintiennent leur critique de l'éthique productiviste et de la thésaurisation capitaliste en arborant leurs plus beaux atours dans les rues de la Nouvelle-Orléans. L'un de ces clubs s'appelle d'ailleurs les *Money Wasters* (soit « les gaspilleurs ») : tout un programme...

En août 2007, l'*American Federation of Musicians* a exploité la voie symbolique en organisant une « *second line* » silencieuse afin de sensibiliser l'opinion à la situation extrêmement précaire des musiciens à la Nouvelle-Orléans, contredisant ce faisant la communication rassurante de la mairie et de l'office du tourisme de Louisiane *(« No [...] America, we will not 'turn that music down' »,* affirmait une campagne publicitaire de 2013 [56]).

Une organisation carnavalesque comme *Eris* met, elle, en avant la créativité de ses membres, refuse la privatisation de l'espace public et milite pour une culture gratuite et ouverte à tous, n'hésitant pas à parader sans permis en dépit des violences policières

53. Theodor Adorno et Max Horkheimer, *La dialectique de la raison.*.

54. Voir le site officiel de la ville, maintenu par deux organisations à but non lucratif : New Orleans & Company (autrefois le New Orleans Convention and Visitors Bureau) et la New Orleans Tourism Marketing Corporation. https://www.neworleans.com/things-to-do/multicultural/

55. Joanna Brooks, « The Early American Public Sphere and the Emergence of a Black Print Counterpublic », *The William and Mary Quarterly* 62 : 1 (2005), p. 67-92.

56. En français : « Non, chers compatriotes, nous ne baisserons pas le volume ! »

auxquelles elle s'expose [57]. Pour ses membres, le carnaval a toujours autant été une création populaire qu'une démonstration du pouvoir des élites, et ce serait même là son principal attrait.

En 2018, j'ai pu rencontrer des participants d'un festival local, *Engulf* (version louisianaise du festival *Burning Man* organisé depuis 1986 dans le désert du Nevada), pour qui l'économie du don (*gift economy*) doit prévaloir sur les relations marchandes qu'ils associent, notamment, au mardi gras contemporain.

En alimentant les conversations du quotidien, en faisant les gros titres de la presse locale, en faisant l'objet de débats passionnés lors des séances du Conseil municipal, chacune de ces initiatives a influencé le débat sur la politique culturelle à La Nouvelle-Orléans depuis Katrina. Pour autant, le compromis entre marchandisation de la culture et respect du processus créatif est-il possible ?

6 De la difficulté du compromis

En 2011, l'Unesco a publié un document intitulé *Un nouvel agenda de politiques culturelles pour le développement et la compréhension mutuelle*, dont l'objectif était précisément de dépasser cette dualité. La culture y était présentée comme une force permettant de donner un sens à la vie, de forger les identités, d'enrichir la compréhension du monde, mais aussi comme un atout pour le développement économique. L'organisation internationale proposait que la culture soit intégrée dans tous les projets de politique publique, tout en recommandant de débattre des pratiques actuelles afin de préserver la culture d'une trop grande marchandisation et d'aider à l'émergence de perspectives économiques alternatives [58].

Sept ans plus tard (et un an après le désengagement étatsunien, annoncé en octobre 2017) l'UNESCO a réitéré ce message dans un nouveau texte, *Re/penser les politiques culturelles*, rassemblant et analysant des informations sur les très nombreuses manières dont les pays du monde intègrent la culture dans leurs politiques et programmes de développement durable. Le document a mis en avant quatre critères qui doivent, selon l'UNESCO, présider à la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles :

1. Soutenir des systèmes de gouvernance durables de la culture ;
2. Parvenir à un échange équilibré des biens et services culturels et accroître la mobilité des artistes et des professionnels de la culture ;
3. Intégrer la culture dans les cadres de développement durable ;
4. Promouvoir les droits de l'homme et les libertés fondamentales [59].

À l'échelle de La Nouvelle-Orléans, de tels objectifs s'incarnent depuis 2012 dans une organisation, la *Music and Cultural Coalition of New Orleans*, qui rassemble musiciens, salariés d'ONG, journalistes et universitaires afin de « préserver et nourrir la

57. Aurélie Godet, « 'Meet de Boys on the Battlefront' : Festive Parades and the Struggle to Reclaim Public Spaces in Post-Katrina New Orleans », *European Journal of American Studies* 10 : 3 (2015).

58. Unesco, *Un nouvel agenda de politiques culturelles pour le développement et la compréhension mutuelle*, 2011.

59. Unesco, *Re/penser les politiques culturelles*, 2018.

culture de la ville, traduire la vision de la communauté en politique publique et créer un impact économique positif[60] ». Tenante d'une approche pragmatique des questions culturelles, elle a joué un rôle majeur dans les négociations entre musiciens, associations de résidents et autorités municipales lorsqu'il a été question de réviser l'ordonnance municipale sur les nuisances nocturnes[61]. Depuis lors, elle est passée d'une approche simplement réactive à une approche proactive, rédigeant des propositions à destination de la municipalité, publiant des « guides de bonne conduite » à destination des touristes et défendant une définition large de la culture, qui va de la défense des salariés des clubs de *striptease* sur Bourbon Street à la critique de la politique municipale en matière de caméras de surveillance accusées de restreindre l'accès à l'espace public de groupes tels que les immigrés sans papiers. L'une de ses fondatrices, Hannah Kreiger-Benson, explique que le tourisme dépolitise trop souvent la culture, et qu'il existe « un fossé mental entre la justice sociale et les arts. C'est desservir la cause des arts que de les dépolitiser pour en faire des objets de consommation de masse », ajoute-t-elle[62].

En 2017, MaCCNO a demandé à tous les candidats aux élections municipales de formuler précisément leur projet en termes de politique culturelle. Leurs réponses aux treize questions qui leur ont été posées – parmi lesquelles « Comment comptez-vous faire pour qu'un plus grand pourcentage des 7,4 millions de dollars de revenus touristiques générés en 2016 revienne à ceux qui font vivre la culture (et donc le tourisme) à La Nouvelle-Orléans ? », « Que pensez-vous de l'inégalité de traitement entre défilés du carnaval et processions des *social aid and pleasure clubs*, les seconds payant des frais beaucoup plus élevés que les premiers » ?, « Soutenez-vous la suppression du couvre-feu en ce qui concerne la musique de rue (fixé à 20h00) ? », etc.) – ont été affichées sur le site de l'organisation, permettant aux électeurs de voter en connaissance de cause sur ce sujet crucial mais souvent délaissé.

Les déclarations de LaToya Cantrell et Désirée Charbonnet, les deux principales candidates au poste de maire, ont suscité la déception chez les observateurs de la scène culturelle néo-orléanaise[63]. Ainsi, à la question « Maintiendrez-vous le Bureau de l'économie culturelle ? Si oui, quelle est votre vision pour l'agence ? », aucune d'entre elles n'a remis en cause les liens entre secteur privé et culture noués sous l'administration Landrieu. Tout juste ont-elles proposé d'inviter plus de musiciens dans la conversation sur la politique culturelle de la ville ou d'honorer plus explicitement les « porteurs de culture » qui font vivre La Nouvelle-Orléans.

La victoire électorale de LaToya Cantrell en novembre n'a été suivie d'aucune action (ou même déclaration) notable dans le domaine culturel. Si la nomination d'Alana Harris, membre d'un groupe de danse traditionnelle, les *Creole Belle Baby Dolls*, au poste de gestionnaire de la transition entre les administrations Landrieu et Cantrell a pu laisser augurer d'un rapprochement entre la municipalité et les travailleurs cultu-

60. Music and Cultural Coalition of New Orleans, « Who We Are », 2018.

61. Sara Le Menestrel, « Live Music and Noise Debates in New Orleans Post-Katrina », *Oxford Handbooks Online*, 2014.

62. Citée dans Alex Woodward, « MaCCNO Celebrates its Sixth Anniversary with an Eye on Institutional Changes », *The Advocate*, 21 septembre 2018.

63. Alex Rawls, « Mayoral Candidates Envision Tweaks More Than Transformations for New Orleans' Music Community », *My Spilt Milk*, 12 octobre 2017.

rels, ce rapprochement n'a finalement pas eu lieu et l'*Office of Cultural Economy* a été maintenu, sous la direction de Brice Miller, qui a succédé à Scott Hutcheson pendant trois mois avant d'être licencié le 31 août 2018 [64]. Aujourd'hui dirigé par Lisa Alexis et disposant d'un budget limité (514 654 dollars en 2017, soit 7,5 % du budget municipal), le service ne peut guère prétendre remplir les missions qui lui ont été assignées en 2010, à savoir : « 1. Créer des opportunités et des systèmes qui permettent de garantir une véritable activité et croissance économique aux acteurs de l'économie culturelle ainsi qu'au grand public. 2. S'appuyer sur la nature innovante et entrepreneuriale du secteur de l'économie culturelle pour atteindre des objectifs plus ambitieux en termes de projets et priorités pour la ville » (où l'on reconnaît le jargon typique de la « novlangue néolibérale » telle qu'analysée par Alain Bihr en 2007 [65]).

En l'état, donc, les acteurs culturels de la ville continuent de vivre dans une grande précarité, comme l'a bien montré Peter Marina dans son ouvrage sur l'économie informelle à La Nouvelle-Orléans [66]. Si le revenu annuel d'un musicien est aujourd'hui de 17 800 dollars par an [67], ce chiffre masque de grandes disparités (39 % d'entre eux gagnent moins de 10 000 dollars) et surtout une grande variabilité : 40 % sont au chômage et ne vivent que de concerts occasionnels. La situation des acteurs de cinéma ou de télévision locaux n'est guère plus enviable, ainsi que l'a rappelé Vicki Mayer à propos de certains figurants de la série *Treme*, tournée à La Nouvelle-Orléans entre 2009 et 2012 :

> Les espoirs placés dans cette économie créative fondée sur des subventions déguisées n'ont guère soulagé la précarité quotidienne de sa main d'œuvre. Un exemple particulièrement poignant de cette situation est celui de l'une des célébrités culturelles locales de La Nouvelle-Orléans, qui n'a jamais pu voir la brève apparition qu'elle avait faite dans un épisode de la série *Treme,* faute de pouvoir payer un abonnement à [la chaîne câblée] HBO ou de pouvoir réparer sa voiture le jour où elle devait visionner l'épisode chez soi [68].

Pour elle, le partenariat initié par la ville avec l'industrie du cinéma a tout d'un « pacte faustien ».

De manière générale, l'on constate que la forme montante de l'emploi culturel à La Nouvelle-Orléans est l'intermittence, autrement dit que l'embauche dans ce secteur se fait de plus en plus au coup par coup, conformément au modèle de l'« adhocratie », qu'Henry Mintzberg a défini comme une forme d'organisation temporaire constituée pour un projet précis [69]. Pour pallier l'absence de régularité dans leur rémunération et ainsi subvenir à leurs besoins, la majorité des travailleurs culturels doit chercher

64. Doug McCash, « Mayor Cantrell Fires Cultural Economy Director Brice Miller », *NOLA.com*, 1er septembre 2018.

65. Alain Bihr, *La Novlangue libérale. La rhétorique du fétichisme capitaliste*, Lausanne, Page deux, 2007.

66. Peter J. Marina, *Down and Out in New Orleans. . . .*

67. Sweet Home New Orleans, State of the New Orleans Music Community Report, 2012.

68. Vicki Mayer, *Almost Hollywood. . .*, p. 92.

69. Henry Mintzberg, *The Structuring of Organizations*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1979. Sur les mécanismes de recrutements dans le secteur culturel, voir également Howard Becker, *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988.

un autre emploi dans des secteurs comme la restauration ou le transport privé, en l'absence d'emplois en nombre suffisant dans l'enseignement artistique et de vision à long terme pour la communauté musicale locale [70].

On aura beau affirmer, comme le sociologue Patrick Cingolani, que la précarité n'est pas seulement synonyme de « banalisation de conditions d'emploi dégradées » [71] mais qu'elle peut aussi, dans les industries culturelles, être vécue comme une expérience d'émancipation, difficile d'ignorer les problèmes que cette précarité pose à La Nouvelle-Orléans en termes sociaux (obésité, dépression et autres troubles physiques et mentaux que l'absence fréquente d'assurance santé rend souvent chroniques).

En l'absence de volonté institutionnelle de créer des industries culturelles *durables* à La Nouvelle-Orléans, une forme de désillusion s'est installée chez les travailleurs culturels néo-orléanais [72]. Le salut (ou tout au moins la survie) semble aujourd'hui venir des réseaux tissés à l'échelle du quartier ou d'une profession (*New Orleans Musicians' Clinic and Assistance Foundation*, *MaCCNO*, *Roots of Music* pour les métiers de la musique) plutôt que des nombreuses organisations et fondations nationales qui s'engagent dans la préservation de la culture néo-orléanaise sans réfléchir aux moyens d'assurer des revenus stables à ceux qui la font vivre à l'échelle locale.

7 Conclusion

Les habitants de La Nouvelle-Orléans vantent souvent la singularité de leur ville, cédant en cela aux sirènes de l'exceptionnalisme culturel [73]. Pourtant, les transformations qui affectent le secteur culturel néo-orléanais depuis les années 1890 ressemblent à s'y méprendre à ce qui a pu se passer dans d'autres villes américaines au XX^{e} siècle et depuis les années 1970 dans la plupart des grandes villes du monde. L'action culturelle y a été convertie en ressource productive au service du développement économique grâce à une multiplication et un enchâssement des acteurs institutionnels. La conséquence en est que les dispositifs de médiation culturelle se trouvent enserrés dans des partenariats et des stratégies politiques globales, et à l'inverse désenchâssés des logiques pratiques et territoriales qui les ont vu naître [74].

La prolifération des festivals (modelés sur le carnaval originel) dans le calendrier culturel de La Nouvelle-Orléans traduit bien ce dilemme auquel sont aujourd'hui confrontés les acteurs culturels de la ville : « Le festival est un espace essentiel de production de symboles durant lesquels la communauté, bien que victime du système économique capitaliste, se le réapproprie par le rituel car elle n'est pas parvenue à le supprimer ni à le remplacer par une alternative crédible [75]. »

70. Jan Ramsey Jan, « Where's the Vision ? », *Offbeat*, 14 mars 2018.

71. Patrick Cingolani, *Révolutions précaires. Essai sur l'avenir de l'émancipation*, Paris, La Découverte, 2014, p. 13.

72. Bernhardt Bauer, « Commodification of Living Cultural Heritage in New Orleans. An Anthropological Case Study », thèse de doctorat, Université de Vienne, 2014.

73. Charles W. Cannon, « Anxiety and Authentiticity : Are 'Super-Natives' Loving New Orleans to Death ? », *The Lens*, 1er juin 2018 ; Richard Campanella, « Gentrification and Its Discontents : Notes from New Orleans », *NewGeography*, 1er mars 2013.

74. Lionel Arnaud, *Agir par la culture. Acteurs, enjeux et mutations des mouvements culturels*, Toulouse, Éditions de l'Attribut, coll. « La culture en questions », 2018.

75. Jesus Martin-Barbero, *Des médias aux médiations : communication, culture et hégémonie*, traduit par Georges Durand, Paris, CNRS, 2002, p. 192.

Ni entièrement dominés par le « discours des maîtres » ni entièrement maîtres de leur destin économique, les acteurs de la culture vivent aujourd'hui dans un entre-deux inconfortable où les questions de réception, de reconnaissance et d'appropriation éclipsent souvent les enjeux véritables : comment vivre de la culture aujourd'hui et comment faire vivre cette dernière ?

Bibliographie

Adams Vincanne, *Markets of Sorrow, Labors of Faith : New Orleans in the Wake of Katrina*, Durham, Duke University Press, 2013.

Adorno Theodor et Max Horkheimer, *La dialectique de la raison* (1947), trad. E. Kaufholz, Paris, Gallimard, 1974.

Arceneaux Pamela, « Guidebooks to Sin : The Blue Books of Storyville », *Louisiana History* 28 : 4 (1987), p. 397-405.

Arena John, *Driven from New Orleans : How Nonprofits Betray Public Housing and Promote Privatization*, St. Paul, University of Minnesota Press, 2013.

Arnaud Lionel, *Agir par la culture. Acteurs, enjeux et mutations des mouvements culturels*, Toulouse, Éditions de l'Attribut, coll. « La culture en questions », 2018.

Arts Council of England, *International Data on Public Spending on the Arts in Eleven Countries*, 1998.

Barnwell Robert Gibbes (dir.), *The New Orleans Book*, New Orleans, Robert Gibbes Barnwell, 1851.

Bauer Bernhardt, « Commodification of Living Cultural Heritage in New Orleans. An Anthropological Case Study », thèse de doctorat, Université de Vienne, 2014. http://othes.univie.ac.at/34253/ (page consultée le 11 décembre 2018).

Bauer Bernhardt, « Not Commodified Enough : An Anthropological Case Study about Music in New Orleans », *in* C. Antenhofer, G. Bischof, R. L. Dupont et U. Leitner (dir.), *Cities as Multiple Landscapes*, Frankfurt, Campus Verlag, 2016, p. 347-368.

Becker Howard, *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988.

Bennett Andy, Jodie Taylor et Ian Woodward (dir.), *The Festivalization of Culture*, Farnham, Ashgate, 2014.

Bihr Alain, *La Novlangue libérale. La rhétorique du fétichisme capitaliste*, Lausanne, Page deux, 2007.

Blokker Ewen Laura, *Education in Louisiana*, rapport pour le département de la Culture et du tourisme louisianais, 2012. https://www.crt.state.la.us/Assets/OCD/hp/nationalregister/historic_contexts/Education_in_Louisiana.pdf (page consultée le 11 décembre 2018).

Bourdieu Pierre, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.

Brooks Joanna, « The Early American Public Sphere and the Emergence of a Black Print Counterpublic », *The William and Mary Quarterly* 62 : 1 (2005), p. 67-92.

Burns Mick, *Keeping the Beat on the Street : The New Orleans Brass Band Renaissance*, Baton Rouge, Louisiana State University Press, 2006.

Campanella Richard, « Gentrification and Its Discontents : Notes from New Orleans », *NewGeography*, 1er mars 2013. http://www.newgeography.com/content/003526-gentrification-and-its-discontents-notes-new-orleans (page consultée le 11 décembre 2018).

Cannon Charles W., « Anxiety and Authentiticity : Are 'Super-Natives' Loving New Orleans to Death ? », *The Lens*, 1er juin 2018. https://thelensnola.org/2018/06/01/are-new-orleans-super-natives-destroying-the-authentic-culture-they-profess-to-cherish/ (page consultée le 11 décembre 2018)

Cingolani Patrick, *Révolutions précaires. Essai sur l'avenir de l'émancipation*, Paris, La Découverte, 2014.

Claiborne William C. C., *Lettre à Thomas Jefferson*, 29 septembre 1803. https://founders.archives.gov/documents/Jefferson/01-41-02-0325 (page consultée le 11 décembre 2018).

Couch Randall R. « The Public Masked Balls of Antebellum New Orleans : A Custom of Masque Outside the Mardi Gras Tradition », *Louisiana History* 35 (1994), p. 403-431.

Cudny Waldemar, « Festival Tourism – The Concept, Key Functions and Dysfunctions in the Context of Tourism Geography Studies », *Geographical Journal* 65 (2013), p. 105-118. https://www.sav.sk/journals/uploads/03101218Cudny.pdf (page consultée le 11 décembre 2018).

De La Rosa Solano Laura, « Les blocs 'afro' du carnaval de Salvador de Bahia, entre luttes symboliques et enjeux économiques », *cArgo : revue internationale d'anthropologie culturelle et sociale* 1, 2016, p. 7-18. http://www.cargo.canthel.fr/fr/cargo1-formes-anthropologiques-du-conflit/ (page consultée le 11 décembre 2018).

Dessens Nathalie, *From Saint-Domingue to New Orleans : Migration and Influences*, Gainesville, University Press of Florida, 2007.

Dunbar-Nelson Alice, « People of Color in Louisiana, Part II », *Journal of Negro History* 2 : 1 (1917), p. 51-78.

Federal Writers' Project, *The WPA Guide to New Orleans*, Boston, Houghton-Mifflin, 1938.

Florida Richard, *The Rise of the Creative Class*, New York, Basic Books, 2002.

French-Marcelin Megan, « Gentrification's Ground Zero », *Jacobin*, 28 août 2015. https://www.jacobinmag.com/2015/08/katrina-new-orleans-arne-duncan-charters/ (page consultée le 11 décembre 2018).

Fullerton Don, « Tax Policy Toward Art Museums », *in* M. Feldstein (dir.), *The Economics of Art Museums*, Chicago, University of Chicago Press, 1991, p. 195-236. http://www.nber.org/chapters/c11643.pdf (page consultée le 11 décembre 2018).

Gayraud Agnès, *Dialectique de la pop*, Paris, La Découverte, 2018.

Geronimi Martine, « Storyville et le tourisme sexuel : une tradition inventée ? », *Téoros* 22 : 1 (2003), p. 36-43. https://journals.openedition.org/teoros/1847 (page consultée le 11 décembre 2018).

Gill James C., *Lords of Misrule : Mardi Gras and the Politics of Race in New Orleans*, Jackson, University of Mississippi Press, 1997.

Godet Aurélie, « 'Meet de Boys on the Battlefront' : Festive Parades and the Struggle to Reclaim Public Spaces in Post-Katrina New Orleans », *European Journal of American Studies* 10 : 3 (2015). https://journals.openedition.org/ejas/11328#ftn67 (page consultée le 11 décembre 2018).

Gotham Kevin Fox, *Authentic New Orleans : Tourism, Culture, and Race in the Big Easy*, New York, New York University Press, 2007.

Gotham Kevin Fox et Miriam Greenberg, *Crisis Cities : Disaster and Redevelopment in New York and New Orleans*, New York, Oxford University Press, 2014.

Hirschman Albert, *Deux siècles de rhétorique réactionnaire*, Paris, Fayard, 1991.

Hunter James Davison, *Culture Wars : The Struggle to Define America*, New York, Basic Books, 1991.

Johnson Cedric (dir.), *Neoliberal Deluge : Hurricane Katrina, Late Capitalism, and the Remaking of New Orleans*, St. Paul, University of Minnesota Press, 2011.

Klein Naomi, *The Shock Doctrine. The Rise of Disaster Capitalism*, Toronto, Knopf, 2007.

Le Menestrel Sara, « Live Music and Noise Debates in New Orleans Post-Katrina », *Oxford Handbooks Online*, 2014. http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199935321.001.0001/oxfordhb-9780199935321-e-115 (page consultée le 11 décembre 2018).

Louisiana Department of Culture, Recreation & Tourism, « Louisiana Rebirth : Restoring the Soul of America », 2005. www.cbsnews.com/htdocs/pdf/rebirthPlan.pdf (page consultée le 11 décembre 2018).

Marina Peter J., *Down and Out in New Orleans : Transgressive Living in the Informal Economy*, New York, Columbia University Press, 2017.

Martel Frédéric, *De la culture en Amérique*, Paris, Flammarion, 2006.

Martel Frédéric, *Mainstream*, Paris, Flammarion, 2010.

Martin-Barbero Jesus, *Des médias aux médiations : communication, culture et hégémonie*, traduit par Georges Durand, Paris, CNRS, 2002.

Mayer Vicki, *Almost Hollywood, Nearly New Orleans : The Lure of the Local Film Economy*, Berkeley, University of California Press, 2017.

Mayor's Office of Cultural Economy, *New Orleans Cultural Economy Snapshot*, 2016. https://www.nola.gov/cultural-economy/documents/2016-ce-snapshot-electronic-en/ (page consultée le 11 décembre 2018).

McCash Doug, « Mayor Cantrell Fires Cultural Economy Director Brice Miller », *NOLA.com*, 1er septembre 2018. https://www.nola.com/politics/index.ssf/2018/08/mayor_cantrell_brice_miller.html (page consultée le 11 décembre 2018).

Megraw Richard, « Federal Writers Project », *64 Parishes*, 10 janvier 2011. https://64parishes.org/entry/federal-writers-project (page consultée le 11 décembre 2018).

Mintzberg Henry, *The Structuring of Organizations*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1979.

Music and Cultural Coalition of New Orleans, « Who We Are », 2018. https://maccno.com/whoweare/ (page consultée le 11 décembre 2018).

Mt. Auburn Associates, *Louisiana, Where Culture Means Business*, Baton Rouge, State of Louisiana, 2005.

Pond Ann, « New Orleans' Art for Arts' Sake Gala : A Case Study of the City's Penchant for Festival », *Louisiana History* 34 : 4 (1993), p. 411-436.

Raeburn, Bruce Boyd, « 'They're Tryin' to Wash Us Away' : New Orleans Musicians Surviving Katrina », *Journal of American History* 94 : 3, « Through the Eye of Katrina : The Past as Prologue ? » (2007), p. 812-819. http://www.jstor.org/stable/25095143 (page consultée le 11 décembre 2018).

Ramsey Jan, « Where's the Vision ? », *Offbeat*, 14 mars 2018. http://www.offbeat.com/wheres-the-vision/ (page consultée le 11 décembre 2018).

Rawls Alex, « Mayoral Candidates Envision Tweaks More Than Transformations for New Orleans' Music Community », *My Spilt Milk*, 12 octobre 2017. http://myspiltmilk.com/mayoral-candidates-envision-tweaks-more-transformations-new-orleans-music-community (page consultée le 11 décembre 2018).

Redding Joan, « The Dillard Project : The Black Unit of the Louisiana Writers' Project », *Louisiana History* 32 : 1 (1991), p. 47-62.

Sakakeeny Matt, « Living in a Laboratory : New Orleans Today », *BooksandIdeas.net*, 10 septembre, 2015. https://booksandideas.net/Living-in-a-Laboratory-New-Orleans-Today.html (page consultée le 11 décembre 2018).

Saxon Lyle, *Fabulous New Orleans*, New York, The Century Company, 1928.

Schuster J. Mark Davidson, « Supporting the Arts : An International Comparative Study », *National Endowment for the Arts*, 1985. https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED257740.pdf (page consultée le 11 décembre 2018).

Souther J. Mark, *New Orleans on Parade : Tourism and the Transformation of the Crescent City*, Baton Rouge, Louisiana State University Press, 2006.

Stanonis Anthony J., « 'Always in Costume and Mask' : Lyle Saxon and New Orleans Tourism », *Louisiana History* 42 : 1 (2001), p. 31-57.

Stanonis Anthony J., *Creating the Big Easy : New Orleans and the Emergence of Modern Tourism, 1918-1945*, Athens, University of Georgia Press, 2006.

Sweet Home New Orleans, *State of the New Orleans Music Community Report*, 2012.

Unesco, *Un nouvel agenda de politiques culturelles pour le développement et la compréhension mutuelle*, 2011. http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002147/214747f.pdf (page consultée le 11 décembre 2018).

Unesco, *Re/penser les politiques culturelles*, 2018. https://fr.unesco.org/creativity/global-report-2018 (page consultée le 11 décembre 2018).

Wilmeth Don B. et Christopher Bigsby (dir.), *The Cambridge History of American Theatre*, vol. 1, New York, Cambridge University Press, 1998.

Williams Tennessee, *Un Tramway nommé Désir* (1947), traduction de Pierre Laville, Paris, Robert Laffont, coll. « Pavillons poche », 2017.

Woodward Alex, « MaCCNO Celebrates its Sixth Anniversary with an Eye on Institutional Changes », *The Advocate*, 21 septembre 2018. https://www.theadvocate.com/gambit/new_orleans/music/article_0cfe189c-bdb1-11e8-8e08-1b72c1d2a564.html (page consultée le 11 décembre 2018).