

**Bulletin n° 2.1 – le 10 oct 2008**

**CONTENU**

- 1) FORUM 2008**
- 2) FORUM 2009**
- 3) Élection federal – 14 oct.**
- 4) Site Web NetNewMusic**
- 5) Article des members – Glen Halls / vivienne spiteri**

*AVIS: à cause de contraintes à notre budget de publications, nous ne pourrons plus assumer la traduction des articles des membres dans les bulletins à venir. Malheureusement, nous ne disposons plus des ressources financières nécessaires.*

**1) FORUM 2008 – Le 1<sup>er</sup> juin 2008 – par Tim Brady**

Le Forum du RCMN fut un grand succès. Soixante-sept personnes y participaient officiellement et, grâce à nos échanges avec un autre congrès tenu simultanément (et organisé par Lawrence Cherney et Soundstreams Canada), de nombreuses personnes de l'étranger étaient également présentes : Pays-Bas, Russie, Allemagne, Mexique, Suède, Finlande, etc. Notons une représentation raisonnable des diverses grandes villes du Canada, dont Halifax, Montréal, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Calgary, Vancouver, Victoria, Kitchener et Guelph.

Joe Sorbara, président du comité d'orientation (et batteur improvisateur) a proposé d'organiser de petites prestations pendant les « pauses », de simples impros qui ont permis de garder l'activité centrée sur la musique. Cela a très bien marché et j'espère que nous répéterons l'expérience.

Les discussions furent très intéressantes. Les participants avaient de bonnes idées, solides et bien articulées. Ces séances ont fait ressortir des points pratico-pratiques, dont le plus important fut peut-être que le simple fait d'envoyer un dossier de presse et un CD (même s'il est génial) a très peu d'impact, surtout auprès des diffuseurs internationaux (ce qui confirme ce dont je me doutais). À Huddersfield, on évalue de 1 à 5 % la programmation issue de soumissions « à l'aveuglette »; chez Bang on a Can et au Muziekgebouw, on dit 10 %. C'est dire que 90 % de la musique sélectionnée provient de contacts, de « bouche à oreille ». Alors pourquoi se tuer à envoyer des dossiers de presse à tous les vents.

Établir des contacts personnels est beaucoup plus utile. C'est pourquoi il semble que les événements comme FORUM aient une certaine valeur. D'ailleurs, pendant les pauses (tout en écoutant les impros!), les artistes et les diffuseurs réseautaient à qui mieux mieux. Ce fut très convivial.

Au final, l'événement a suscité le genre d'esprit de communauté et de relations souhaités. Le FORUM a rempli son mandat. On sent beaucoup d'intérêt envers les événements à venir (Montréal en 2009). Quelques villes se sont même portées volontaires pour accueillir les FORUM de 2010 et 2011.

Les principales retombées demeurent intangibles : les rencontres entre artistes et diffuseurs, les germes de nouvelles collaborations possibles entre artistes du pays et d'ailleurs. Nous avons approfondi notre compréhension des rouages du « marché » international des musiques nouvelles, en plus d'étendre notre réseau de contacts.

## 2) FORUM 2009 – À VOS CALENDRIERS!

- 27 + 28 fév, en collaboration avec le festival Montréal Nouvelles Musiques.
- THÈME : *Développement d'auditoire, musiques créatives et éducation : Vers l'avenir des musiques nouvelles*
- INVITÉS : R. Murray Schafer, The Birmingham Contemporary Music Group, REDCAT Disney Hall Theatre, Los Angeles, et plusieurs autres.
- Des chambres d'hôtel seront offertes à tarif spécial pour les participants au congrès et au festival. Vous recevrez bientôt un dépliant virtuel avec tous les détails.

## 3) Info concernant l'élection fédérale

### ALLEZ VOTER

Nous encourageons fortement tous nos membres à lire les politiques culturelles de tous les principaux partis politiques pour les évaluer selon leurs actions antérieures et la vision qu'ils proposent pour les arts canadiens. Puisque le gouvernement fédéral a un impact majeur sur le développement des arts au Canada, il est essentiel que les artistes s'expriment dans le cadre de cette élection.

Voici quelques liens utiles portant sur les questions culturelles récentes :

Bulletins du CCA :

- <http://ccarts.ca/fr/FedGovCuts.htm>
- <http://ccarts.ca/fr/advocacy/bulletins/2008/2708.htm>
- <http://ccarts.ca/fr/advocacy/bulletins/CCAnews.htm>

Autres :

- <http://www.cirpa.ca/Page.asp?PageID=751&SiteNodeID=212>
- <http://www.thestar.com/article/483378>

## 4) Voici un site Internet international susceptible d'intéresser les membres du RCMN :

<http://netnewmusic.ning.com/>

## 5) Articles des membres :

Les textes suivants ont été soumis par nos membres dans le but d'encourager une discussion ouverte et honnête des questions entourant la musique créative de concert au Canada. Les opinions exprimées dans ces articles sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement celles du RCMN ou de ses administrateurs.

## **Glen Hall : Le nouveau professionnel**

Quand j'étais jeune musicien, je me demandais ce qu'il faudrait que je fasse (ou à qui je devrais graisser la patte) pour gagner en crédibilité et connaître du succès en musique. Peut-être quelques producteurs à la CBC? Ou les gars de la SOCAN? Ou des universitaires? Et qu'en est-il de l'homme de la rue? Vendre des disques, tourner à la radio, donner des spectacles, est-ce que ça se traduit en crédibilité et en respectabilité? Hé bien oui... du moins pour un certain type de crédibilité. Pourtant, j'ai remarqué, alors que je commence à donner mes cours au primaire (à la recherche d'un revenu), que : les gens n'achètent pas de disques; nous ne tournons pas à la radio et, si nous y tournons, nous ne touchons pas de redevances; et, malheureusement, les gens ne vont pas aux concerts. Alors, qui sont les « approbateurs » du milieu musical aujourd'hui? Disons de la musique artistique, de la musique qui offre de l'espoir et qui célèbre les réalisations et le potentiel supérieurs de l'être humain. Ces « approbateurs », c'est vous et moi.

Nous en arrivons au sujet de cet article. Le « musicien professionnel » d'aujourd'hui est un amateur. Je crois que le mot « amateur » vient d'un mot latin qui signifie « par amour ». Si vous avez vécu ou aspiré à un certain degré d'excellence, peut-être une certaine transcendance à travers la musique ou simplement le maintien de ce qu'on considère maintenant une norme professionnelle, autant en termes de prestation que d'intention (ce que j'appelle « l'intensité - créative »), vous devez le faire à vos propres risques, en amateur et à vos frais. Dans mon cas, j'ai besoin que la musique fasse partie de ma vie normale; je dois en jouer au moins une fois par semaine. Attendre deux ans pour une « gig payée » symbolique à l'association de jazz locale ou décrocher des subventions pour monter des compositions une ou deux fois par année, ça ne me suffit pas. Ce n'est pas pour l'argent. De toute façon, il est clair qu'un musicien qui s'intéresse à une forme ou l'autre de musique artistique ne fera pas d'argent. Non, c'est une question de qualité. Par exemple, croyez-vous vraiment que la musique d'un concert, disons de jazz contemporain, pour lequel les musiciens se réunissent deux jours par année, avec une répétition, et qui est effectivement bien payé grâce à une subvention, s'approchera du calibre de la musique jouée par un groupe d'individus qui jouent ensemble chaque semaine? Évidemment que non. J'ai donc choisi de devenir amateur... de trouver une autre manière de gagner ma vie et de chercher des musiciens compatibles qui souhaiteraient jouer de la musique sur une base régulière, rémunérée ou non. Cette musique se fera dans des appartements, des églises, des salons, des sous-sols. D'ailleurs, c'est là que se trouve la vraie musique; le domicile est devenu le domaine de l'artiste « professionnel ».

Nous travaillons en isolement, nous sommes maintenant porteurs de flambeaux. Il n'y aura ni cirque médiatique, ni redevances, ni critiques, ni argent. Ça se passe entre vous et moi, nos amis et les gens qui partagent notre point de vue. Nous nous « approuvons » les uns les autres, et ça ne va pas plus loin... et... si on recule un peu, de 100 ou 150 ans (avant les médias de masse), on se rend compte que ça a toujours été comme ça pour les gens qui font de la musique artistique. Nous avons perdu tout sens des valeurs et de la communauté. Le moment est venu, pour ceux et celles qui ont le courage de se dire artistes, de faire un pas de côté. Nous faisons cette musique pour nous et pour notre communauté. Et nous espérons qu'à la longue, notre société évoluera à nouveau, au point de reconnaître la valeur et la nécessité de ce que nous faisons.

## **améliorer le réseautage et la communication : une proposition de vivienne spiteri**

la nature même du réseautage est le contact réel et le respect mutuel entre artistes et directeurs artistiques, qui tiennent tous deux un rôle dans l'enrichissement culturel et artistique de l'humanité. pourtant, cette « relation » est loin d'être parfaite et, à titre d'artiste indépendante, je trouve cette relation frustrante en grande partie. souvent, il est difficile de savoir à qui soumettre un projet et quels sont le mandat général et les politiques de tel ou tel groupe.

j'aimerais faire la proposition suivante, qui serait utile aux artistes et aux diffuseurs, pour améliorer le réseautage et, tout particulièrement, activer et utiliser l'énergie créatrice des artistes, trop souvent sous-appréciée et gaspillée.

d'abord les organismes devraient ajouter à leurs sites web, les points suivants :

1. fournir une explication simple, honnête, et concise du fonctionnement de votre organisme. la chose pourrait tenir en un paragraphe mais devrait être directe.
2. faire savoir si ou non vous acceptez les projets non sollicités.
3. si vous acceptez les projets non sollicités, indiquez laquelle des deux situations suivantes est pratiquée :
  - a. les projets non sollicités sont étudiés avec autant de sérieux que les projets sollicités
  - b. les projets non sollicités ne sont pas étudiés avec autant de sérieux que les projets sollicités et ne constituent pas une partie importante de la programmation.
4. les sites des organismes devraient préciser les échéances pour soumettre des projets (en précisant si la date concerne le cachet de la poste ou la date de réception) ou, le cas échéant, que les soumissions sont acceptées en tout temps.
5. les sites devraient préciser clairement la date ou la période à laquelle les projets sont évalués, ainsi que la date à laquelle les artistes peuvent s'attendre à recevoir une réponse.
6. les organismes peuvent mentionner sur leur site que l'artiste qui inclut une enveloppe préadressée et affranchie ou une adresse électronique recevra automatiquement une réponse.
7. le site de l'organisme devrait mentionner clairement le nom du directeur et des autres membres du personnel, avec leurs titres, leurs fonctions et leurs coordonnées (adresse postale et électronique, numéros de téléphone et de télécopieur).

d'autres points :

8. les directeurs devraient accepter les appels des artistes qui souhaitent parler de leur projet refusé. si le directeur n'est pas disponible, un rendez-vous devrait être fixé pour en discuter plus tard. ces discussions peuvent s'avérer éclairantes, à la fois pour l'artiste et le directeur. lorsqu'un projet est refusé, il serait très utile et professionnel de savoir clairement les raisons (à long terme, cela améliorerait les relations artiste-diffuseur, tout en évitant, à court/long terme, les malentendus).
9. les organismes devraient accuser réception des propositions des artistes.
10. en cas de rejet, l'organisme pourrait préparer un modèle de lettre de refus, simple et cordial.
11. au sujet des points précédents, les directeurs et les organismes doivent toujours agir en toute bonne foi envers les artistes.

malheureusement, tant que les organismes refuseront et rejetteront la communication directe, responsable, respectueuse et professionnelle entre artiste et directeur (ce qui, à mon avis, est généralement le cas), le « réseautage » demeurera un mot piège à la mode, et rien qu'un agencement de lettres vide de sens. pour citer linda loman dans « mort d'un commis voyageur » d'arthur miller : « care must be taken and attention must be paid. » [note du traducteur : approximativement, « qu'on prenne soin et fasse attention. »]