

De l'Amérique du Sud au Continent Chinois, premières et dernières raisons d'un visionnaire et sa

# Conversion subite aux valeurs du Qi-Gong

François-Xavier Gomez, expert de la culture latino au Journal Libération, a consacré depuis 30 ans de nombreux articles de fond à l'économie parallèle de l'Amérique latine, de « l'explosion » de l'industrie musicale, en 1995, à celle du « narcotrafic, » de nos jours.

Depuis 2014, il s'intéresse aussi au patrimoine culturel des arts traditionnels vus à travers les rapports complexes entretenus après la Révolution de 1970 par le « Régime de Pékin » avec les chemins de spiritualité grandis par la tournée mondiale de « Shen Yun. »

## I. Entre « Culture » et « Musique », extraits des articles-source

Liens vers les articles-source « Culture »<sup>1</sup>, et « Musique »<sup>2</sup>, de François-Xavier Gomez.

### 1.1. Culture, « l'explosion latino secoue la planète musique »

Enquête de François-Xavier Gomez

— 1 février 1995 à 01:34

« - A la mi-septembre, les executives de l'industrie américaine du disque n'en ont pas cru leurs yeux lorsqu'ils se sont précipités, comme ils le font chaque semaine, sur la liste des meilleures ventes d'albums que publie le magazine Billboard. A la 29e place faisait son entrée un certain Luis Miguel. Inconnu du grand public américain, Luis Miguel est l'idole des adolescentes mexicaines, et son assomption parmi les gros vendeurs marque l'apparition au grand jour d'un phénomène que les majors de l'industrie musicale prédisent et anticipent depuis plusieurs années: la montée en puissance d'un fort marché de langue espagnole aux Etats-Unis.

Les grandes manoeuvres autour du marché latino ont d'abord des raisons démographiques: la communauté hispanique est la minorité dont le taux de croissance est le plus fort. Estimés à 23 millions aujourd'hui, ils devraient vers 2010 dépasser en nombre les Noirs (c'est déjà le cas dans quatre des dix plus grandes villes du pays). Les études sociologiques montrent l'importance chez les hispanophones de la musique comme élément de reconnaissance identitaire. Un tel gisement de consommateurs ne pouvait laisser indifférents les décideurs du show-biz (...)

L'assainissement des économies des pays d'Amérique du Sud a permis l'émergence d'une classe moyenne consommatrice de produits de loisirs. En mars 1993, la multinationale BMG a créé un département consacré au marché latin d'Amérique du Nord, c'est-à-dire regroupant Mexique et Etats-Unis. Pour la première fois, les frontières linguistiques priment sur les frontières politiques (...)

### 1.2. Musique, « "Chine", "Shen Yun", glamour anticommuniste »

« CHINE »

Par François-Xavier Gomez

— 26 mars 2014 à 19:56

« Le spectacle à la gloire du mouvement Falun Gong avance masqué (...) entre les tableaux qui célèbrent «5 000 ans de culture divine», se glisse une scène où des adeptes de Falun Gong sont tabassés (...) »

## II. Conclusion

Nous sommes tous naturellement partagés entre l'aspiration au confort de ce que nous comprenons déjà, et l'exigence de nous ouvrir parfois à des compétences nouvelles, dont nous apprécions déjà les effets, mais dont nous ignorons encore les fondements. A l'équilibre, tôt ou tard, nous servons à notre tour les repères utiles.

---

[https://next.liberation.fr/culture/1995/02/01/l-explosion-latino-secoue-la-planete-musique\\_124975](https://next.liberation.fr/culture/1995/02/01/l-explosion-latino-secoue-la-planete-musique_124975)

<sup>2</sup> [https://next.liberation.fr/musique/2014/03/26/shen-yun-glamour-anticommuniste\\_990527](https://next.liberation.fr/musique/2014/03/26/shen-yun-glamour-anticommuniste_990527)