



Vivre sa passion et gagner sa vie : jeunes artistes du sud-ouest de Madagascar à la recherche de notoriété dans la capitale malgache

Elisé Asinome*

Résumé

Notre contribution vise à analyser les parcours des jeunes artistes originaires de la partie sud-ouest de Madagascar. Détenteurs d'une certaine notoriété dans leur région d'origine, de nombreux jeunes tuléarois débarquent à Antananarivo dans un but économique-artistique : vivre sa passion et gagner sa vie. Une destination de consécration pour certains et une étape importante débouchant sur l'acquisition de la notoriété à l'échelle nationale pour d'autres, Antananarivo promet aux artistes en herbe une aubaine pour leurs projets de vie : faire carrière dans la musique tropicale. Le phénomène de ruée vers la carrière musicale dans la capitale malgache soulève plusieurs interrogations auxquelles nous tenterons d'apporter des explications.

Mots clés : jeunes artistes, réseaux sociaux, nouvelles technologies, carrière musicale, showbiz, Tuléar, Antananarivo

Abstract

Our contribution aims to analyze the development of young artists from the southwest part of Madagascar. Holders of certain reputations in their areas of origin, many young tuléarois landed in Antananarivo in a socio-artistic purpose : to live his passion and livelihood. A destination of consecration for some and an important step leading to the acquisition of the reputation nationally for others, Antananarivo promises to aspiring artists a boon to their life projects : a career in tropical music. The phenomenon of rush towards the musical career in the Malagasy capital raises several interrogations to which we will try to provide explanations.

Key Words: Young artists, social networks, new technologies, music career, showbiz, Toliara, Antananarivo

* Université d'Antananarivo, Madagascar. Email : asinome@hotmail.com

Introduction

De nos jours, la région sud-ouest est connue grâce à l'émergence d'une nouvelle génération d'artistes comme Manaly, Tsiliva, Sheilla, Nina's, Nhodas et Barinjaka. À l'ère numérique, les nouveaux talents se font connaître par la diffusion des mini-cartes en brousse ainsi que dans les centres urbains. Par rapport à leurs aînés comme Rasoa Kininike, Terakaly, Mamy Gotso et bien d'autres qui constituaient jadis la fierté de l'ex-province de Tuléar à la fin des années quatre-vingt-dix, ces nouvelles figures emblématiques du rythme du sud-ouest de Madagascar sont bien en avance sur leur temps. Les jeunes artistes ont intérêt à adopter et à maîtriser les nouvelles technologies pour la production, la présentation et la diffusion de leurs œuvres artistiques.

Détenteurs d'une certaine notoriété dans leur région d'origine, ils cherchent leurs propres voies à Antananarivo, afin de jouir d'une reconnaissance de leur talent musical à l'échelle nationale. Dans ce papier, l'analyse des trajectoires de vie des jeunes artistes originaires de Tuléar¹ nous intéresse particulièrement afin de questionner le phénomène de ruée vers la carrière musicale dans la capitale malgache. Le terme « parcours » nous renvoie, d'une part, à une notion temporelle, par rapport aux différentes étapes que l'artiste a poursuivies depuis le moment où il a révélé au public son talent. D'autre part, il fait référence à une notion spatiale du fait que l'artiste doit s'organiser dans un territoire donné pour exporter son talent en dehors de son domicile, son village ou sa région. En effet, tout en nous basant sur une approche biographique et une sociologie du parcours de vie, notre étude s'articule autour de trois axes :

- les orientations stratégiques des jeunes artistes tuléarois perpétuellement en quête de notoriété. C'est à partir des entretiens avec les artistes emblématiques et des travaux de documentation que les typologies de parcours des jeunes artistes sont décrites. On s'interroge également sur les moyens qu'ils ont mobilisés afin de réaliser leurs ambitions et d'évoluer dans un contexte plus favorable à la promotion de leurs talents ;
- les différentes facettes du lancement de carrière d'artiste dans la capitale. Les rencontres avec quelques acteurs du domaine de production musicale nous permettent de comprendre les enjeux d'un jeune artiste dans la perspective de se consacrer à la musique. Il nous semble intéressant de savoir les rapports que l'artiste entretient avec le monde où il évolue et les personnes qui l'entourent dans sa vie artistique ;
- les démarches poursuivies dans le cadre de la présentation et de la diffusion de leurs performances artistiques auprès du public. Dans cette section, une attention particulière est portée à l'adoption des nouvelles technologies par l'artiste dans le contexte actuel où ces

technologies contribuent énormément à l'expansion des œuvres artistiques. L'analyse de la dynamique individuelle de l'artiste permet de comprendre la réalité qu'il affronte au quotidien. Dans un souci permanent d'amélioration de sa performance artistique afin de développer sa notoriété auprès du public, il se trouve actuellement dans l'embarras devant les moyens de communication qui s'avèrent de plus en plus complexes.



Carte 1 : Localisation du sud-ouest de Madagascar

Source : www.mapquest.com

En quête de notoriété : du local au global

En provenance des districts voisins du chef-lieu de la région, les jeunes artistes ont des traits communs avec quelques nuances de leur parcours. Certains artistes ont baigné dans la musique depuis l'enfance et d'autres ont évolué plus tard au sein du cercle particulier : copains et/ou campus.

Damily a développé son talent de guitariste quand il était gardien de zébu en écoutant la musique mozambicaine à la radio. Cet autodidacte faisait partie d'un groupe de musiciens du village pour animer des « bals poussière » lors des cérémonies traditionnelles. À cette occasion, les jeunes artistes de la région disposaient d'un cadre permettant de démontrer leur performance musicale à travers le tsapiky, le style de musique qui intègre la guitare et la batterie.

Dès son jeune âge, Teta a adopté la guitare comme instrument de prédilection, comme Damily. Il évoluait au sein de son cercle familial qui jouait aussi dans des « bals poussière » et cérémonies (mariage, décès, circoncision...). Il a arrêté ses études en classe de sixième, à l'âge de 13 ans, et la musique a pris le relais.

C'est aussi dans le cercle familial que Tsiliva, originaire de Morondava, puise ses inspirations depuis son enfance à travers des expériences de chants évangéliques. Il a joué avec des artistes de renom de sa région.

Tandis que certains artistes ont quitté l'école tôt en classe secondaire comme Teta, certains ont été jusqu'à l'université. Dans le campus, ils ont développé leurs talents au sein de leurs bandes de copains. Entre animations de soirée et vie universitaire, ces jeunes artistes ont eu de quoi s'occuper à ce stade de leur vie.

En dehors des programmes pédagogiques, à Tuléar, l'université permet aux étudiants de s'ouvrir au monde et de découvrir les nouvelles technologies. D'après Nhodas, les activités de l'association socioculturelle du campus lui servent de tremplin pour développer le talent d'artiste dont il a rêvé depuis son enfance, à Ambovombe dans la région Androy. Il participe souvent à des concours de karaoké lors des soirées organisées sur le campus ou ailleurs. À travers des expériences d'interprétation de célèbres tubes, l'idée lui est venue d'écrire une chanson. Il a pu sortir un tube, grâce à l'aide de ses copains et membres d'un groupe de renom à l'échelle de la ville de Tuléar. Il a obtenu du soutien technique pour les arrangements musicaux en studio. Son argent de poche lui a servi à matérialiser son projet de partager avec le public sa création musicale. Il s'investit beaucoup dans la location des instruments de musique pour l'enregistrement en studio. Cependant, il lui a fallu d'abord terminer ses études de géographie à l'université pour se consacrer entièrement à la musique.

Nina's connaît du succès sur les bancs de l'université. Elle n'a pas encore terminé ses études. Originaire de Morondava, elle a poursuivi, après son bac, une formation en communication. Elle a adopté comme loisir la chanson et n'a pas envisagé d'en faire une carrière pour se consacrer à ses études. Mais face aux demandes multiples, elle part en tournée pour des concerts partout dans la Grande île.

Barinjaka ne s'attendait pas à son succès. Au début, il faisait de la musique juste pour le plaisir. À 15 ans, il apprenait la guitare puis le piano à l'église de sa paroisse, Ankaramena. Ayant acquis quelques notions de base, il s'est perfectionné à Ihosy auprès de ses copains. Il jouait les tubes de Mahaleo et d'Erick Manana, artistes réputés pour la musique folk.

C'est par un heureux hasard que Barinjaka a intégré un groupe de musiciens à qui il portait assistance à Ihosy. En l'absence d'un bassiste, il prêtait son talent au groupe lors des tournées dans la région. Après des services de « mercenariat » auprès de différents artistes de passage à Ihosy, il forme plus tard un groupe avec ses copains : Velomiranga.

L'enregistrement d'une chanson au studio constitue pour l'artiste un premier pas dans l'opération de mise à disposition auprès du public de son

œuvre. Grâce à un informaticien, le premier tube a vu le jour juste à titre d'essai, après quelques expérimentations sur le logiciel d'édition de son Cubase. Le premier titre sort par la suite : « Rivo », qui est le nom d'une personne qui veille sur les jeunes musiciens du coin. Il a dépensé de petites sommes pour l'enregistrement qui a nécessité 5 000 Ariary², notamment pour le passage en studio. Reconnaisant, il dédie sa chanson à cette personne qui a marqué une étape importante dans le parcours du groupe. Le tournage du premier clip est réalisé avec un simple appareil photo. Le clip vidéo a coûté près de 20 000 Ariary.³

Suite à un problème de couple au sein de sa famille d'accueil, Barinjaka a été obligé de rentrer à Ankaramena, chez ses parents. Sa mère a toujours cru au talent de son fils et l'a encouragé à continuer la musique. Il a formé plus tard son propre groupe qui porte son nom. Puis, avec ses petites économies réalisées pendant la période des vacances grâce à la vente des mangues sur la route nationale, il s'est offert un déplacement au chef-lieu, à Fianarantsoa, pour procéder à la prise de son en studio de quelques titres de ses chansons.

À travers ces exemples, on peut dire que la famille joue un rôle capital dans le développement du don artistique pour certains musiciens. Les potentialités artistiques sont révélées dans le cadre familial. Puis le jeune artiste cherche à optimiser son talent à l'extérieur du cocon familial, auprès des groupes de personnes qui appartiennent à son univers comme l'église et l'école.

Le parcours de Nhodas nous montre que l'appartenance à des réseaux sociaux permet de développer son talent. Il s'intègre dans différents cercles sociaux qui lui accordent les moyens nécessaires pour qu'il puisse réaliser son rêve : promouvoir son talent musical et acquérir de la notoriété. Le cas de Nina's nous apprend que pour les jeunes artistes la prise de décision de faire carrière dans la musique est en fonction de l'opportunité qui se présente à partir du moment où leurs œuvres musicales ont connu un succès fulgurant. Pour Barinjaka, sa situation familiale l'oblige à s'orienter davantage vers une carrière musicale. Grâce à des liens noués avec différentes personnalités dans ses cercles sociaux, il arrive à réaliser ses ambitions de devenir artiste de renom au niveau régional, ce qui lui permet de viser encore plus loin par l'exportation sa performance musicale sur tout le territoire malgache. C'est le rêve de tous les jeunes artistes originaires de Tuléar quand ils sont au début de sa carrière musicale. Mais quelles démarches ont-ils effectuées et de quels moyens ont-ils disposé pour atteindre cet objectif ? Ils ont certes des potentialités considérables sur le plan artistique, mais pour réussir, il faut aussi compter sur d'autres paramètres qui sont plutôt liés aux cercles sociaux de l'artiste.



Photos : Barinjaka, adepte du « new-schoolkilalaky » ; Nhodas, le prince de RNB

Source : Page Facebook de l'artiste

Développer son capital artistique et étendre son réseau social

Le talent ne suffit pas pour percer dans l'univers musical malgache où la concurrence devient de plus en plus rude. Il faut avoir de la ténacité et disposer de beaucoup de patience. En effet, les réseaux réels ou virtuels présentent des opportunités aux artistes pour se faire des contacts et nouer des relations avec les différents acteurs du secteur.

Avec des réseaux multiples et diversifiés, les jeunes artistes bénéficient d'une certaine assurance dans la mise en œuvre de leurs projets personnels pour faire carrière dans la musique. Les contacts entretenus grâce à ces réseaux comportent des avantages considérables pour leur démarche de production et de promotion de leurs œuvres artistiques.

Jeunes artistes locaux : talentueux, mais de seconde zone ?

Ayant une certaine notoriété au niveau régional, Nhodas est sollicité lors de différents événements : la fête de l'Indépendance, les campagnes électorales... Avec seulement trois tubes à grand succès, il sillonne la région sud-ouest de Madagascar : Fort-Dauphin, Ambovombe, Bezaha, Sakaraha... Dans la ville de Tuléar, il est incontournable pour les artistes confirmés de passage qui souhaitent la prestation d'un artiste local pour la première partie du concert.

Il a joué auparavant le style traditionnel de l'ethnie Tandroy, banaiky, dans le groupe Talineso, puis dans Varanga. Afin de percer dans le chef-lieu de province, il adopte le style RNB, un genre musical en vogue qui attire un public assez large, surtout chez les jeunes.

Le RNB devient un phénomène musical très prisé entre 2012 et 2013. « Parmi les artistes de nouvelle génération à Tuléar, nous sommes dix-huit formations de RNB. Neuf groupes font dutsapiky⁴. » Ses chansons ont fait

un carton auprès des jeunes. Il a réalisé des tubes qui se classent au sommet du hit-parade local. Ses tubes s'enchaînent sur les ondes de radio et sur les stations de télévision. Bref, la nouvelle vedette de la musique tuléaroise se sent arriver au sommet de son art, à l'échelle régionale. Il a pu se positionner en tant que jeune artiste auprès du public. Prince du genre RNB, la notoriété de Nhodasse confirme de plus en plus. Il a toujours tenu en liesse l'assistance grâce à sa performance musicale exceptionnelle. Il est le seul artiste qui arrive à assurer quatre concerts dans la même année à Tuléar. Aujourd'hui, il sent que sa popularité dépasse la province de Tuléar. Cela lui sert donc de point d'intégration au cercle des professionnels de la musique au niveau régional. Il jouit également d'une notoriété exceptionnelle auprès de ses aînés, artistes de renom originaires de la région sud-ouest, qui s'installent dans la capitale, mais qui passent souvent dans la ville de Tuléar pour des concerts.

Fort de ses succès, Nhodas souhaite gravir une autre étape : conquérir le public, surtout le territoire malgache, avec sa musique. Il projette ainsi de couvrir l'ensemble du pays en tant qu'artiste national. Avoir la notoriété au niveau régional ne lui permet pas de développer suffisamment son art et de gagner sa vie. L'artiste local est payé entre 200 000 et 300 000 Ariary (80 à 120 dollars américains)⁵ lors du passage d'un artiste de renom national qui touche de deux à quatre millions d'Ariary. Écœuré par cet énorme écart, Nhodas décide alors de s'installer dans la capitale où il espère à la fois percer musicalement et gagner sa vie grâce à son art. En fait, Nhodas n'en était pas à son coup d'essai pour faire carrière dans la capitale.

En effet, depuis le début de sa carrière, l'artiste s'associe au circuit de promotion artistique, par l'intégration dans un ou plusieurs réseaux d'acteurs du secteur. Cette démarche contribue nécessairement à l'amélioration de sa performance artistique et à l'expansion de son art. Dans le but de se faire repérer par les gens et pour faire entendre sa musique, il n'hésitait pas à monter sur scène, même à titre bénévole, lors des festivités organisées sur le campus, à l'Alliance française de Tuléar ou ailleurs... Il a offert ses services d'artiste à différentes occasions à Tuléar ou dans les districts voisins. Le prince du RNB tuléarois reçoit également des invitations provenant des admirateurs qui habitent loin de Tuléar. À titre d'exemple, l'Association des étudiants de l'Université d'Antananarivo a fait appel à Nhodas pour animer sa soirée. On peut donc dire que les jeunes artistes mettent à profit ce petit réseau pour percer sur le plan musical et ainsi étendre leur rayonnement. La stratégie s'avère assez réaliste : se faire un nom au sein d'un petit cercle tout en opérant une manœuvre auprès de cercles élargis.

Pour les jeunes artistes originaires des provinces de Madagascar, après des années de succès dans la région puis dans le chef-lieu de province, le meilleur

moyen pour grimper un peu plus dans l'échelle du succès, c'est de venir dans la capitale. En leur qualité de musiciens-accompagnateurs, ils tissent des liens partout. Des projets avec des pairs concourent à multiplier des expériences et donnent accès au réseau de contacts des acteurs du show-biz (studios, maisons de production, organisateurs de concert, salles de concert, agences de communication). Cette démarche promet des opportunités aux jeunes artistes pour se perfectionner et pour nouer des relations avec les potentiels collaborateurs avant de s'engager dans un projet personnel.

Vers la professionnalisation de son art

Ils sont nombreux ces jeunes tuléarois qui, depuis cette dernière décennie, viennent à Antananarivo dans un but économique-artistique : vivre sa passion et gagner sa vie. La capitale malgache est pour les artistes en herbe une aubaine pour leur projet de vie : faire carrière dans la musique tropicale. Que font-ils pour parvenir à leurs objectifs ? Chacun adopte sa propre stratégie : avoir un mentor pour le guider dans son projet artistique ou disposer d'un manager pour l'accompagner dans la construction de sa notoriété.

Disposer d'un mentor qui guide et oriente dans son projet personnel constitue un atout majeur pour réussir en musique. D'abord, il faut s'impliquer dans le projet d'un groupe de bonne notoriété. Ayant des notions de base en un quelconque instrument de musique ou d'autres talents, certains jeunes artistes commencent leur carrière en qualité de simples musiciens, choristes ou danseurs. Ils accompagnent les artistes respectés au niveau régional ou national pour des tournées dans les centres urbains ou en brousse. Pendant ces présentations, ils se familiarisent avec le monde du spectacle et se perfectionnent en musique.

Par ailleurs, pour certains artistes en herbe, la participation à un atelier de chant au sein de l'Alliance française, ou autres cadres de perfectionnement aux techniques de chant, s'avère nécessaire. Les aînés offrent leurs services de « dressage » vocal et donnent des conseils qui aident à l'amélioration du savoir chanter et au développement du talent. Ce système de coaching favorise l'assurance des jeunes talents vis-à-vis de leur créativité et de leur prestation artistique. Ils peuvent ainsi découvrir les différentes facettes du métier d'artiste. De plus, la fréquentation de studios d'enregistrement permet de se familiariser avec les mécanismes de la production artistique.

Dans un contexte de mondialisation où les programmes de télé-réalité en vogue à l'étranger sont réadaptés à l'échelle locale afin de satisfaire les besoins des téléspectateurs malgaches en matière de divertissement, les chaînes de télévision proposent aux jeunes de différentes provinces du pays de présenter leurs talents à travers des télécrochets. En effet, de nombreux jeunes artistes

s'inscrivent dans des émissions musicales de télé-réalité du moins pour se faire un nom et faire parler d'eux. Les jeux-concours de chants présentent des intérêts divers : plages publicitaires pour le monde des affaires et moyens de se faire connaître pour les jeunes artistes. En 2006, Firmin, jeune artiste originaire de Tuléar, connaît la notoriété grâce à ce genre d'émission télé.

Le passage à des émissions de télé-réalité peut contribuer, certes, au lancement des jeunes artistes, mais cette participation ne garantit pas la reconnaissance du public. Beaucoup d'artistes deviennent célèbres sans s'exposer à la télé. Ils mettent en avant leur musique avant même leur personnage par la participation aux concerts et par la diffusion de leur musique. Ils côtoient les artistes de renom lors de leurs tournées afin d'accumuler des expériences et de présenter au public leur talent. La participation à la première partie du concert d'un groupe de renom permet de marquer son existence auprès du public, même si elle est moins payée. Être à l'affiche d'un concert entant que « guest », invité, contribue au moins à augmenter sa notoriété qui se cultive au fur et à mesure. Barinjaka montait sur scène pour la première fois en 2012 à Fianarantsoa, après quelques années de tour en brousse pour les bals-poussière. Il assurait la première partie des artistes vedettes en provenance de la capitale comme Black Nadia et Damama, toutes deux des célébrités originaires de la partie nord de la Grande île. Il s'agit d'une importante consécration pour la carrière du jeune artiste. Des échos par rapport à la qualité de sa prestation sont remontés jusqu'à la capitale, surtout auprès de ses pairs de renom.



Photos : Firmin, le gagnant du jeu-concours de chant ; Nina's et son mentor

Source : www.rta.mg

Avant de se lancer dans une carrière solo, Teta s'est fait connaître dans le milieu musical en accompagnant des artistes confirmés au plan national comme Papa James. Tsiliva a également côtoyé des artistes de renom comme Tearano, Terakaly, Dadah de Fort-Dauphin. Pendant plusieurs années, il a puisé ses inspirations et s'est perfectionné auprès de ces groupes de renom.

Prendre son envol exige une démarche intelligente. À partir d'un duo avec un artiste confirmé, le jeune artiste laisse le choix au public : se mettre au premier plan pour être vu et repéré. La notoriété de l'aîné est utilisée afin d'attirer l'attention du public. Au fur et à mesure, les gens s'habituent à voir l'artiste et, dans cette perspective, le matraquage de clip et de chanson est d'un apport certain. Après plusieurs apparitions, le projet solo de l'artiste en herbe semble donc mûr.

Étant une artiste très prisée, notamment en matière de musique tropicale, Nina's a trouvé un mentor en Pierrot Matatagna, originaire du sud-est de Madagascar, dont le style musical est pourtant différent. Après un essai, la performance artistique de cette jeune originaire de la région Ménabea séduit un large public.

Rares sont les artistes qui ont la même chance que Nhodas. Ce dernier bénéficie de certains avantages qu'il n'a jamais connus auparavant. Un contrat de 3 ans renouvelable lui permet de bénéficier d'un hébergement dans le bâtiment de la maison de production, Business Music Production (BMP). Il se charge seulement de la création musicale et de la prestation sur scène. Le manager s'occupe des conditions nécessaires à l'artiste pour se consacrer à la musique. La logistique, le studio, le tournage, la logistique et la relation avec médias relèvent de la compétence du manager. Il dispose aussi des contacts nécessaires au lancement des artistes regroupés dans son écurie et à la promotion de leurs œuvres musicales. Dans sa stratégie commerciale basée sur la diffusion des clips puis l'organisation des concerts, la BMP met en place des relais auprès des vendeurs de CD dans toutes les provinces.

La BMP essaie aussi de varier ses offres de production musicale pour le public malgache. Cela vise à la fois à tirer des profits par l'organisation de concerts et à promouvoir ses protégés jeunes artistes. À partir de l'auto-production de spectacles, la BMP offre aussi une possibilité de faire monter sur scène les artistes en début de carrière à côté des artistes renommés, lors des grands événements comme le lundi de Pâques et la fête de Pentecôte.

Les protégés de la BMP sont payés par concert réalisé. De plus, ils détiennent le statut de chef de groupe pendant les tournées. Le manager assure la coordination de chaque concert par la mise à disposition de musiciens, choristes et danseurs qui accompagnent l'artiste sur scène. Ce dernier est donc tenu de se plier à la discipline de la maison de production

s'il veut bénéficier des services d'accompagnement et d'assistance fournis par le manager.

Le manager apporte son appui à l'artiste au sujet du style musical à promouvoir et la stratégie nécessaire pour que les produits artistiques de son protégé soient acceptés par le public et lui rapportent de l'argent. Nhodas a raconté qu'il a vécu une expérience qu'il ne souhaite pas reproduire, dans la région sud-est de Madagascar, à Lokomby, avant son entrée à BMP. L'assistance se montre froide quand il présente ses chansons RNB. Son manager lui conseille de s'orienter vers la musique tropicale, quitte à s'éloigner du genre musical qui a construit sa notoriété. Il adopte par la suite le rythme tsapiky qu'il souhaite aussi représenter hors de sa région et partout ailleurs.

Barinjaka est convaincu de l'intérêt d'avoir un manager pour la gestion de sa carrière et surtout pour se lancer dans le showbiz, ce qui fait que l'artiste s'occupe davantage de la prestation et de la création musicale. La programmation et les relations publiques relèvent de la compétence du manager. L'artiste est sollicité pour assurer une présentation assez spectaculaire avec les musiciens qui doivent aussi contribuer sur scène à la production de l'ambiance.

Quelles démarches pour atteindre le top ?

Dans la gestion de leur carrière musicale, des codes sont adoptés pour montrer son appartenance artistique et véhiculer son image d'artiste. L'artiste cherche à se distinguer de ses pairs sur certains aspects, mais il puise aussi de l'inspiration auprès d'eux à travers leurs styles et leurs univers musicaux. Les clips étrangers montrent des personnalités du show-biz qui servent de sources d'idée, par rapport aux modes vestimentaires ou à la coiffure. Les jeunes artistes malgaches suivent les tendances actuelles par l'extravagance, mais ils rajoutent des touches personnelles avec les matériaux locaux. Le style vestimentaire affiche à la fois la modernité et le traditionnel. Les coupes de cheveux dénotent l'appartenance identitaire qu'on souhaite véhiculer. Cependant, l'exigence du public repose davantage sur la performance musicale que sur les accessoires de présentation sur scène de l'artiste, même si ces derniers contribuent à entretenir l'image de l'artiste. D'ailleurs, pour les jeunes artistes qui veulent faire carrière dans la musique, les efforts menés pour la présentation doivent se conjuguer avec la créativité artistique dans leur style musical, l'habileté dans la promotion de leur musique à travers les différents canaux de communication, et l'objectif par rapport à leur pratique musicale.

**Photo :** Onja Tinondia*Source :* page Facebook de l'artiste**Photo :** Bon Blacka Toliara Gorge*Source :* page Facebook de l'artiste

Style musical : une rupture dans la continuité

Sur le plan artistique, ce qu'on veut montrer à travers son apparence doit aussi se refléter dans la composition musicale. À Madagascar, le style musical fait référence à l'origine géographique et à l'identité de l'artiste. Les jeunes artistes apportent des nouveautés dans l'arrangement musical tout en gardant certains codes qui marquent leur appartenance musicale : au plan du tempo et des refrains.

Nhodas adopte le mélange du style moderne et traditionnel. Il offre une touche de modernité au rythme tsapiky. Toutefois, il rajoute une touche « sudaf »⁶ dans sa musique, ce qui donne un style tsapikysudaf. « Il faut être créatif pour se démarquer d'autres artistes à Tuléar. Beaucoup d'artistes font la RNB dans la capitale alors que je ne peux pas défier Dedaky, qui maîtrise bien le tsapiky de base.⁷ » En fait, il veut suivre les traces de Manaly et Raso Kinike, tous originaires de Tuléar et devenus célèbres ces dernières années en musique tropicale. Ils modernisent le tsapiky à travers l'introduction d'instruments électriques, mais ils ont su garder l'essence même du tsapiky. Moderniser le son par les instruments amplifiés vise nécessairement à toucher un plus large public, mais le côté festif et la danse ne changent pas.

Depuis peu, le tsapiky existe aussi sous une forme édulcorée, élément d'exotisme pour certains groupes de variétés de la capitale ou base d'une version light aseptisée pour quelques musiciens de Tuléar, candidats à une vie moins dure, à un certain monde qu'ils espèrent atteindre et qui ont intégré les normes édictées par les « maîtres du monde » (Mallet 2012).

Le style de Barinjaka se démarque du kilalaky⁸ de base, un rythme ancré dans la région Ménabe. Il est adepte de la musique qui prône l'ouverture aux inventions et aux renouvellements. Cette approche lui permet d'explorer un débouché nouveau, plus lucratif. Avec, à l'arrière-fond, le rythme kilalaky qui est souvent joué avec des instruments traditionnels dont le « kabôsy », le « djembé », la guitare et/ou la batterie, Barinjaka apporte une touche nouvelle dans sa musique par l'introduction des instruments amplifiés, notamment l'utilisation de l'auto-tune, un logiciel de correction de tonalité et d'effet vocal. Cette astuce permet à la fois de corriger les fausses notes et de donner un aspect métal à la qualité vocale. Il introduit des timbres vocaux provenant d'instruments électroniques manufacturés. Il s'agit d'une technique habituellement utilisée dans la musique urbaine comme la RNB.

Dans leur démarche créative, les jeunes artistes se soucient à la fois de s'identifier à leurs racines et de s'éloigner de l'influence de leurs mentors à travers leurs prestations musicales. « Le meilleur moyen de la différence identitaire en musique étant alors de prendre le même objet comme référence et de le restituer sous une forme traduisant un savoir-faire spécifique – ce qui revient à marquer sa différence tout en feignant l'imitation » (Fernando 2007).

Les styles musicaux des jeunes artistes de Tuléar représentent une ouverture sur le monde, mais en même temps ils contribuent à redéfinir l'identité locale de la région. En effet, dans chaque titre on aperçoit cette signature tsapiky ou kilalaky. En fait, il s'agit d'un rythme qui se présente comme un lieu de la construction et de l'expression d'une identité régionale (Mallet 2012).

Actuellement, la musique tropicale promet un marché potentiel aux jeunes artistes. C'est pourquoi, à travers les prestations de ses protégés, la BMP préfère exploiter uniquement ce genre de musique « mafana » (ambiance chaude et joyeuse). Dans ce cadre, le leitmotiv de la maison de production est que la musique ne doit pas seulement remplir la fonction symbolique d'une région d'origine, mais aussi accorder à son auteur une opportunité à saisir pour gagner sa vie. La carrière musicale permet de répondre à certaines motivations personnelles parfois paradoxales : l'artiste a besoin de prestige et de ressources, d'une part, de quête d'authenticité et d'ouverture, de l'autre (Aubert 2012).

À partir de 2004, Tsiliva est connu pour avoir révolutionné le kilalaky en le rendant davantage accessible à un public plus large. D'ailleurs, comme beaucoup de jeunes artistes soucieux du show-biz dans leur présentation, l'artiste a répondu au désir de l'industrie musicale de rechercher les économies d'échelle en orientant ses produits plutôt vers un public de masse homogène (Fernando 2007). Ce qui nécessite, dans la création de chansons, la mise en relief de quelques touches personnelles, par rapport au texte et/ou à la composition. Cela vise nécessairement à satisfaire l'attente du public de découvrir quelque chose d'original.

Le mélange de rythmes musicaux contribue à l'ascension de la jeune artiste, Nina's. Elle véhicule, avec ses arrangements et interprétations, des tendances musicales variées. En peu de temps, elle a été propulsée dans sa carrière. Elle se distingue par un style musical dénommé « *variété tropicale malgache* ». D'ailleurs, la personnalité musicale est un bien personnel qui se confond aussi avec les attentes sociales (Defrance 2007). L'artiste procède de manière à renouveler sa musique tout en restant dans le cadre de la matrice, c'est-à-dire sans défigurer l'ossature du style de base. Pour certains artistes, l'ouverture repose sur l'aspect du style musical, mais aussi sur la composition de la chanson. La collaboration avec d'autres artistes s'avère indispensable afin de découvrir d'autres horizons d'arrangement musical. Nina's fait appel à quelques musiciens de renom comme Khaleb, Florent, Pierrot Matatagna qui lui écrivent des chansons d'inspiration zouk, sudaf, slow.

Les jeunes artistes adoptent cette démarche de syncrétisme musical afin de toucher un public large. D'ailleurs, les mélanges de styles permettent de se positionner davantage face à leurs aînés et surtout de se démarquer des artistes originaires d'autres provinces de la Grande île. Ces derniers disposent dans le show-biz malgache d'une place assez importante. Les artistes originaires de la partie nord du pays s'activent beaucoup ces dernières années et détiennent une forte notoriété dans la musique tropicale ainsi qu'une part importante de marché. En effet, dans leur offre musicale, les jeunes artistes tuléarois essaient à la fois de témoigner de leur identité à travers leur propre style et de se montrer assez créatifs en introduisant des éléments nouveaux.

Par ailleurs, avoir de bons textes ou disposer des meilleurs compositeurs semble insuffisant dans la construction d'une certaine notoriété. Dans la démarche de coproduction de notoriété en faveur de l'artiste, le rôle des médias est crucial, pour les besoins de lancement d'œuvres musicales, mais surtout pour le « *matraquage* » de leurs œuvres. C'est un phénomène observé depuis une décennie quand les chaînes de télévision de la capitale ont commencé à consacrer des programmes réservés à la promotion des nouveautés.

Promouvoir son art et évoluer dans un environnement complexe

Il n'y a pas de structure spécifique pour les jeunes qui souhaitent se lancer dans une carrière musicale. Tout s'apprend sur le tas, d'où l'intérêt de s'intégrer dans le circuit des professionnels. Maîtriser la musique et son style musical ne suffit pas pour conquérir le marché du showbiz. Il faut aussi avoir des connaissances sur la stratégie de communication et des notions de marketing.

L'accès au « star system » nécessite pour un artiste la mobilisation de tous les canaux de communication afin de construire sa notoriété et de se faire connaître auprès des publics malgache et étranger de plus en plus exigeants.

L'investissement dans la communication permet à l'artiste d'exposer sa production artistique et d'augmenter son prestige artistique. Dans la capitale, au moins 6 chaînes de télévision doivent être sollicitées pour le lancement du clip permettant de créer un « buzz⁹ » autour de l'artiste et son œuvre. Plus de 20 radios sont contactées pour faire un tube. En effet, il faut investir aussi dans la programmation musicale auprès de ces passeurs de succès artistiques. Chaque chaîne consacre une émission de lancement de clips où l'artiste doit négocier la fréquence de lancement selon son portefeuille.

Il faut signaler que le créneau dédié à la diffusion des œuvres musicales est né en 2000 quand le nouveau patron d'une chaîne de télévision constate que la diffusion de clips à l'antenne n'apporte pas de ressources financières à la société, mais permet aux techniciens et aux animateurs de disposer de ressources complémentaires.

Certains jeunes originaires du sud participent à des émissions télévisées permettant de découvrir les nouveaux talents. La participation aux concours de chants offre la possibilité de se faire connaître et d'avoir la consécration dans la capitale, même si, pour certaines personnes, la qualité de prestation ne correspond pas à l'attente du public tananarivien. L'essentiel est qu'on soit connu grâce à sa propre performance ou au contraire par la pire prestation diffusée sous la rubrique insolite du programme télé. D'ailleurs, par cette participation aux télécrochets musicaux, les jeunes artistes s'associent aux manœuvres médiatiques de l'organisateur qui sait tirer profit de ce genre d'émission à travers les contrats de publicités.

Pour les artistes qui cherchent encore leur voie, la participation active à des émissions télévisées ou radiophoniques sert à informer ou à rappeler au public sa présence sur le circuit à travers l'annonce de la tenue d'un concert ou la sortie officielle d'un album. Les chaînes télévisées et les radios offrent aux jeunes artistes des espaces permettant de présenter et de communiquer leurs œuvres artistiques, comme de faire parler d'eux. Il s'agit d'un exercice qui

consiste également à fidéliser le public sur l'image de l'artiste. Ce genre de programme met certes en jeu le prestige de l'artiste, mais il contribue aussi à augmenter le rayonnement de l'artiste. La démarche auprès des radios et chaînes de télévision promet tout de même des retombées médiatiques assez importantes pour la notoriété.

Dans un clip, l'artiste montre des images extravagantes pour marquer l'esprit du public. L'appareil médiatique de l'industrie de la musique de variétés (radios, TV, magazines, tournées, interviews, star-system) exige aussi une originalité dans la prestation de l'artiste. De ce fait, l'acquisition de la notoriété à travers les médias devient de plus en plus complexe pour les jeunes artistes, d'où l'intérêt pour eux de multiplier des contacts auprès de leurs réseaux personnels et professionnels. Les producteurs, les techniciens et les animateurs de radio et de télévision constituent certainement des alliés dans leur projet personnel. Ce personnel des médias et de la communication est associé d'une manière directe ou indirecte à la promotion de l'artiste. Ces gens peuvent aussi devenir des acteurs redoutables, car ils ont le pouvoir de démonter, voire de détruire l'image de l'artiste. En effet, avoir une bonne relation avec eux constitue plus qu'un avantage malgré l'investissement à travers le *felaka*, petits cadeaux, à prévoir dans son opération de charme.

La capitale malgache dispose de hauts lieux de production d'ambiance. Au centre-ville, depuis des années, l'hôtel le Glacier offre des créneaux horaires, dans la semaine, aux jeunes artistes. À cette occasion, ils en profitent pour faire parler d'eux dans les médias au sujet de leur présentation sur scène. La soirée de vendredi est réservée aux groupes confirmés. La participation au cabaret vise à faire parler de soi dans les médias, à développer les contacts avec les milieux des producteurs de spectacles et à se faire repérer par les découvreurs de talents.

Un autre lieu branché se trouve dans la partie est de la capitale : Jao's Pub. La famille d'un artiste de renom, Jaojoby, a lancé cette idée de mettre à la disposition des artistes, surtout ceux des provinces, cet espace de divertissement et de rencontre avec le public. On y découvre presque à chaque fois de nouveaux talents.

Les nouvelles technologies : une aubaine pour les jeunes artistes

L'utilisation des nouvelles technologies (cédéroms, Internet, fichier numérique...) apparaît comme un moyen important afin de surmonter certaines difficultés dans les activités de communication de l'artiste et de booster sa carrière. Cependant, l'artiste se retrouve devant le dilemme de la sophistication des technologies. Certains arrivent à utiliser les outils informatiques. Ils ne manquent pas de présenter des nouveautés (clips,

chansons au format MP3), ou de poster les photos de spectacles sur leurs pages Facebook ou sur leurs blogs. D'autres sont obligés de faire appel à quelqu'un d'autre. C'est le cas de Barinjaka. Ce sont ses admirateurs qui mettent en ligne ses œuvres musicales. Il laisse aussi à son manager le soin de s'occuper de sa présence sur Internet.

L'utilisation des nouvelles technologies s'avère indispensable dans la démarche de conquête d'un public assez large. À travers différents témoignages, il apparaît que de nombreux artistes sont devenus célèbres grâce à l'adoption des nouvelles technologies au début de leurs carrières.

Les innovations technologiques représentent une manne stratégique pour les artistes qui cherchent à développer leur capital de notoriété, par l'adoption du numérique dans la promotion de l'art et de son auteur. La liste de jeunes artistes originaires de Tuléar ayant posté des clips vidéo sur Youtube est longue. Grâce à ce canal, on peut développer son audience et sa notoriété à moindre coût. Cette démarche vise aussi à avoir une résonance significative auprès du public à travers les commentaires et les appréciations des visiteurs.

Grâce à l'internet haut débit, disponible à Madagascar depuis quelques années et aux outils de compression (MP3, MPG), les internautes peuvent obtenir de la musique numérique gratuitement et rapidement. En brousse, l'avènement de la radio-carte favorise la distribution des œuvres musicales de Barinjaka. Une radio portable munie d'une micro-carte contient des fichiers sonores de format léger et audible, à partir de fichiers MP3, copiés dans les kiosques de vente de CD ou chez les organisateurs de fête. Les chansons sont vite diffusées à partir de ces passeurs de musiques comme les stations radio FM, les chaînes télé et les salles vidéo. Sans se soucier du problème de piratage, Nhodas distribue gratuitement des CD contenant ses clips et ses chansons. Cette démarche permet de promouvoir à moindre coût sa musique et de créer le buzz autour de l'artiste et de ses œuvres.

À Antananarivo, le matraquage s'avère de plus en plus compliqué surtout pour les moins fortunés, car il faut couvrir plusieurs radios et chaînes télé. Le tarif pour la diffusion est de l'ordre de 1 million 500 Ariary¹⁰ pour 15 jours. En effet, pour huit chaînes dans la capitale, l'artiste doit consacrer des sommes importantes pour le lancement de son nouveau produit musical.

La radio en ligne, « Radio paradisagasy », diffuse les chansons des artistes malgaches. C'est une aubaine pour les jeunes artistes souhaitant se faire connaître dans le monde.

Les maisons de production accordent toute liberté à leurs artistes pour créer le buzz et engendrer le maximum d'interactions sur les réseaux sociaux et pour renforcer leur audience et ainsi optimiser leur investissement. Il s'agit d'une composante essentielle du mix marketing des jeunes artistes.

Les communautés de fans en ligne entretiennent la dimension internationale de la notoriété de l'artiste. Son réseau d'admirateurs permet à Nhodas d'élargir son rayonnement en dehors de la Grande île. Avec plus de 890 amis, il développe ses réseaux sur Facebook à partir d'amis virtuels d'Europe et d'Asie. Parmi les diasporas malgaches en Chine, beaucoup partagent avec leurs propres amis l'œuvre de l'artiste. Ce système de réseau crée un effet boule-de-neige auprès des admirateurs potentiels et facilite l'expansion des œuvres artistiques à travers le monde.

Conclusion

La quête effrénée d'une carrière musicale à Antananarivo chez de jeunes artistes originaires de la partie sud-ouest de Madagascar soulève plusieurs interrogations auxquelles nous avons tenté de répondre. Détenteurs d'une certaine notoriété depuis leur région d'origine, les jeunes tuléarois débarquent à Antananarivo dans un but économique-artistique : vivre sa passion et gagner sa vie. Une destination de consécration pour certains, une étape importante dans l'acquisition de la notoriété à l'échelle nationale pour d'autres, la capitale malgache promet aux artistes en herbe une aubaine pour leur projet de vie : faire carrière dans la musique tropicale. Pourtant, la capitale n'est qu'une étape permettant de se faire un nom à l'échelle nationale et de se faire repérer par un producteur ou un promoteur de musique tropicale. Une fois qu'ils réussissent à « percer » auprès du public tananarivien, les jeunes artistes tuléarois projettent de conquérir d'autres horizons, plus vastes, à savoir une carrière internationale.

Notes

1. Tuléar est le chef-lieu de la région sud-ouest de Madagascar. Cette ville abrite environ 200 000 habitants.
2. Cinq dollars.
3. Huit dollars.
4. Entretien avec Nhodas, mercredi 14 mai 2014, à Ambohipo, Antananarivo.
5. 1 USD=2 500 Ar.
6. Il s'agit du rythme musical d'inspiration tribale, zoulou, dans le sillage de groupes sud-africains comme Juluka de Johnny Clegg.
7. Entretien avec Nhodas, mercredi 14 mai 2014, à Ambohipo, Antananarivo.
8. C'est un genre musical à rythme traditionnel, originaire du sud-ouest de Madagascar, à Morondava.
9. Il s'agit d'une stratégie marketing qui consiste à faire parler ou à faire du bruit au sujet d'un objet publicitaire.
10. Soixante dollars américains.

Références

- Aubert, L., 1996, « La vie d'artiste ou le défi de la représentation », *Cahiers d'ethnomusicologie* [En ligne], 9/1996, mis en ligne le 5 janvier 2012, consulté le 17 avril 2014. URL : <http://ethnomusicologie.revues.org/1061>
- Defrance, Y., 2007, « Distinction et identité musicales, une partition concertante », *Cahiers d'ethnomusicologie* [En ligne], 20 | 2007, mis en ligne le 16 janvier 2012, consulté le 12 octobre 2012. URL : <http://ethnomusicologie.revues.org/247>
- Fernando, N., 2007, « La construction paramétrique de l'identité musicale », *Cahiers d'ethnomusicologie* [En ligne], 20 | 2007, mis en ligne le 16 janvier 2012, consulté le 11 octobre 2012. URL : <http://ethnomusicologie.revues.org/250>
- Mallet, J., 2012, « « AsioElany ! » », *Cahiers d'ethnomusicologie* [En ligne], 21 | 2008, mis en ligne le 17 janvier 2012, consulté le 12 octobre 2012. URL : <http://ethnomusicologie.revues.org/1266>
- Rakotoarivonjy, V., 2014, « Libertalia music-Records : les préparatifs vont bon train », consulté le 3 mars 2014 ; URL : <http://www.newsmada.com/index.php/culture/35570-libertalia-music-records-les-preparatifs-vont-bon-train-#.U3BhQleS7IU>

