

Amy Winehouse fut la tête d'affiche du festival South by Southwest, qui lança véritablement l'app de microblogging.

TWITTER

La conversation sans fin



De MySpace à TikTok, Le Vif retrace, en six épisodes, comment les réseaux sociaux ont modifié le visage de l'industrie musicale. Cette semaine, Twitter, outil de com, mais aussi de transparence inédite, court-circuitant les canaux traditionnels.

Par Laurent Hoebrechts

Le plan de départ était simple. Il est raconté dans *Hatching Twitter*, le livre que le journaliste Nick Bilton a consacré aux origines du réseau social. Nous sommes à l'été 2006, à San Francisco. Cela fait quelques semaines qu'une nouvelle application fait le buzz chez les initiés de la Silicon Valley. Personne ne sait vraiment à quoi sert twttr – c'est ainsi que ses concepteurs l'ont baptisée. Mais depuis que l'un d'eux, Noah Glass, a dévoilé le projet, un soir, ivre, lors d'une fête rassemblant le gratin hi-tech de la ville, il titille la curiosité des geeks. Pour le grand public, en revanche, tout reste à faire. Un ami DJ propose alors à Glass de profiter de la Love Parade, le grand rassemblement de musique techno qui se tiendra quelques semaines plus tard, pour lancer officiellement son appli. Emballé, Glass en parle à son partenaire Jack Dorsey, pour le coup nettement moins enthousiaste... « Mais c'est pourtant bien pour cela que nous avons construit ce truc ! Pour la musique et les concerts ! »

s'emballe alors Glass. Dès lors, « quel meilleur endroit pour le lancer que la plus grosse rave de San Francisco » ?

Certes. Sauf que l'opération tournera au fiasco. Pour cause : au stand Twitter, c'est open bar, et si les clubbers viennent bien chercher leur cocktail gratuit, ils s'empressent de jeter leur brochure d'info quelques mètres plus loin (« Les rares qui portaient assez de vêtements sur eux que pour ranger le flyer l'ont évidemment perdu pendant la nuit », écrit Nick Bilton). Il faudra attendre quelques mois supplémentaires pour que les compteurs s'emballent. En mars 2007, Amy Winehouse est la tête d'affiche du festival South By Southwest, à Austin, Texas. De leur côté, Dorsey, Glass et ...

Le compte de Justin Bieber figure à la deuxième place dans le top 10 des comptes Twitter les plus populaires.

LES STARS Y TROUVENT UN OUTIL D' « ENGAGEMENT » PUISSANT POUR ENTREtenir LA RELATION AVEC LES FANS.



BELGA IMAGE



GETTY IMAGES



YOUTUBE

Dans son morceau *Carmen*, Stromae chante le côté vorace et névrosé de Twitter.

... les deux autres fondateurs, Biz Stone et Evan Williams, sont présents au volet « interactif » de l'événement. A leur grande surprise, leur appli de « microblogging » se retrouve nommée dans la catégorie meilleure start-up. Cette fois, la conquête peut vraiment commencer...

CHANTS DE BATAILLE

L'impact du réseau sur le *music business* sera colossal. Pourtant, dans son fonctionnement, Twitter n'a jamais vraiment été calibré pour le médium. C'est le paradoxe. Ses concepteurs ont toujours été fans de musique – les premiers locaux de Twitter comportaient une pièce baptisée « Radiohead room », jouant la musique du groupe de Thom Yorke 24 h/24. Malgré cela, leur « bébé » n'a jamais vraiment été positionné comme une appli musicale.

Ce n'est pas faute d'avoir essayé. En 2013, #music était lancée. Analysant les tweets les plus populaires, la plateforme devait aider à « détecter et faire remonter à la surface les morceaux et les artistes émergents ». Elle fera long feu. Un an à peine plus tard, #music sera purement et simplement désactivé. Dans une interview à *Forbes*, datée de 2016, Sunil Singhvi revenait sur le couac. Le responsable des partenariats musique chez

CETTE LIBERTÉ LAISSÉE AUX ARTISTES EST TOUTEFOIS À DOUBLE TRANCHANT. TWITTER PEUT EN EFFET VITE TOURNER AU CHAMP DE BATAILLE OU AU GRAND DÉBALLAGE.



Twitter expliquait notamment : « Nous avons découvert que les fans de musique préféreraient en parler plutôt qu'en découvrir. » Et d'ajouter plus loin : « Les statistiques des artistes qui font la tendance étaient particulièrement intéressantes, mais les gens voulaient très vite revenir sur Twitter pour en discuter. »

De fait, Twitter est devenu la plus grande tribune au monde pour parler musique. Un relais privilégié de communication pour les artistes. D'ailleurs, six des dix comptes Twitter les plus populaires appartiennent à des musiciens – Justin Bieber (2),

Katy Perry (3), Rihanna (4), Taylor Swift (6), Lady Gaga (7), Ariana Grande (8). Les stars y trouvent un outil d'« engagement » puissant pour entretenir la relation avec les fans. Avec cette particularité :



BELGA IMAGE

PROGRAMME

- 12 août TWITCH
- 19 août TIKTOK

les labels ont vite réalisé que les comptes qui suscitaient le plus d'adhésion étaient également ceux où l'échange était le plus direct. Si les services RP des stars ne sont jamais très loin, ils leur laissent donc de plus en plus les coudées franches. A nouveau, le Net abolit les intermédiaires. Plus besoin d'enchaîner les plateaux télé ou les journées promo pour faire passer le message. Les artistes peuvent discuter directement avec leur public. Ou simplement participer aux débats du moment, pop ou autres – comme quand Lana Del Rey s'exprime sur le féminisme ou Trump.

Dans un show business où la com semble plus verrouillée que jamais, Twitter apparaît comme l'un des derniers espaces d'expression relativement autonome pour les artistes. La chanteuse Erykah Badu y a annoncé en direct son accouchement, tandis que Liam Gallagher livrait récemment ses commentaires sur l'Euro de foot (*what else ?*). Aussi fugace soit-elle, cette liberté laissée aux artistes est toutefois à double tranchant. Twitter peut en effet vite tourner au champ de bataille ou au grand déballage. Viré d'Instagram,

le rappeur Booba continue à souffler sur les braises de ses nombreux clahs via Twitter. Une star comme Aya Nakamura a pu également passer par le réseau social pour glisser des opinions qu'elle garde généralement pour elle en interview (quand elle retweete des posts sur les brutalités policières) ou simplement balancer sur ses anciennes relations amoureuses (comme le rappeur Niska).

Mais l'exemple le plus fameux d'un artiste prenant véritablement possession de l'outil Twitter est sans conteste Kanye West. Aujourd'hui plus discret, il en a longtemps fait une utilisation effrénée, tout à son image : débordante, géniale, excessive, drôle, outrancière, voire erratique, twittant régulièrement tout ce qui lui passait par la tête, dans une logorrhée sans filtre – « Aujourd'hui, je vote pour la première fois de ma vie pour élire le président des Etats-Unis, et je le fais pour quelqu'un en qui j'ai réellement confiance... Moi », posté le 3 novembre dernier –, avant parfois de disparaître pendant des mois. Un peu comme si Twitter permettait d'être au plus près de la folie de l'artiste, qui est aussi celle d'un réseau vorace et névrosé.

De quoi se repencher sur le morceau *Carmen* de Stromae ? Quand celui-ci chantait sur l'air de l'opéra-comique de Bizet : « D'abord on s'affilie/Ensuite on se follow/On en devient fêlé/et on finit solo »... **V**

Aya Nakamura glisse sur Twitter des opinions qu'elle garde généralement pour elle en interview.

HASHTAG ATTACKS

Certes, ce n'est pas Twitter qui a inventé le hashtag. Mais la plateforme de microblogging a grandement contribué à généraliser son utilisation. A l'insu de ses fondateurs, d'ailleurs. Quand Chris Messina, un



Kanye West.

designer de la Valley, a proposé aux patrons de Twitter de formaliser le fameux croisillon, il s'est fait remballer. « Les hashtags ? Un truc pour les nerds », s'est-il entendu répondre... Finalement, ce sont les internautes eux-mêmes qui vont investir l'outil et en faire un élément incontournable du succès de Twitter. Il a forcément fini par influencer sur les artistes. En particulier les rappeurs qui ont toujours su manier le sens de l'accroche. Damso, par exemple, ne manque jamais de glisser le hashtag #Thevie (« Mets l'hashtag sur le Vie », dans *Nwaar is the New Black*), devenu une sorte de marque déposée – comme le #qlf (« Que la famille ») est à jamais associé au duo PNL. Le symbole ne va cependant pas seulement servir de signature marketing. Il va finir par influencer également sur les textes mêmes. Au point de voir apparaître le terme de « hashtag rap ». On le doit à Kanye West himself, qui l'a inauguré lors d'une interview radio. En l'occurrence, il s'agit pour le rappeur de résumer sa punchline en un seul mot. Plus besoin de se lancer dans des métaphores compliquées : en un mot, il peut faire mouche. Sur *Futur*, son album de 2012, Booba multiplie les hashtags (« *Je suis en place pour long time #sekoutoure* », sur *Wesh Morray*, en référence au premier président de Guinée, resté en poste pendant vingt-cinq ans). A certains égards, Orelsan a poussé le procédé jusqu'au bout, pour en faire le gimmick de son tube *Basique*. Simple en effet, mais diablement efficace.