

extra photos for your profile



ACCESSO

VINCENTE
Una videata del sito di MySpace, fucina di talenti globali. A sinistra, il gruppo under 20 degli Arctic Monkey lanciato da MySpace.

ertà

di del colosso News Space è entrato a far parte ha un'aspirativa mille superiore a quella al suo nuovo prodotto finista sul mondo essere utilizzata per di mercato.

zione cinematografica pubblicità ammettono di dare nuovi talenti cantore sonoro per i loro protagonisti per i reazioni di pubbliche sempre più uso di questo promuovere i loro clienti della musica che gode dell'ingressante dato che qui gruppi



NUOVI CANALI
sta immagine simbolo il nuovo trend musicale internetiano.

musicisti finora sconosciuti possono non solo tentare, ma anche vincere il successo, pescando dal mondo virtuale a quello reale.

È stato questo il caso degli Hollywood Undead, una band di sette giovani di Los Angeles che sul loro spazio sono fotografati avvolti da mantelli e con il volto coperto da maschere da hockey, pur essendo nati solo l'estate scorsa sono riusciti a raggiungere una notorietà istantanea ancor prima di compiere in un concerto pubblico.

Grazie alla possibilità di ascoltare la musica direttamente sul sito (ospita 240 mila brani), in pochi mesi le canzoni del gruppo hip-hop-metal di Los Angeles sono valate in testa alla classifica dei singoli più ascoltati e loro sono diventati uno dei nomi di punta della compilation MySpace Records vol.1.

La raccolta, che contiene 11 brani di 17 band che devono il loro successo alla loro pagina nel sito, come i Weezer, i Dashboard Confessional, i Fall Out Boy e gli Hawthorne Heights, ha segnato la nascita di una casa discografica virtuale e la collaborazione con l'Universal music group. La più grande società musicale del mondo ha infatti firmato un accordo con MySpace sia per distribuire la sua produzione sia per l'utilizzo del portale per promuovere i video musicali dei suoi artisti, anche quelli più affermati, come U2, Eminem, the Killers e Jay Z.

Con MySpace è infatti possibile raggiungere una comunità di milioni di persone con spesa quasi nulla: non era mai accaduto prima. È proprio grazie alla ricettività di questa fitta rete di utenti che gli Arctic Monkey hanno potuto raggiungere il primo posto dei singoli più venduti in Gran Bretagna e ▶

E il giovane Luca conquistò l'Asia

Una storia italiana: un giovane cantante romano ha visto online la sua sfida

In Italia è un giovane emergente, in Cina e in Giappone una star, proprio per merito di Myspace.com. Dopo Patty Pravo, Al Bano, Toto Cotugno, il pubblico asiatico ha ascoltato, a sorpresa, il cantautore Luca Russoletti (foto sotto), 29 anni, romano, Sanremo giovani mancato per un soffio, un nuovo disco L'uomo di vetro, in uscita a maggio per la Delta dischi, la stessa etichetta di Povia. Qualche mese fa, per testare l'impatto delle sue canzoni sul pubblico di internet, Russoletti ha inserito quattro sue canzoni sul portale di MySpace. Risultato: 8 mila iscritti con gli occhi a mandorla e un'ondata di messaggi di complimenti. Un successo che il cantautore spiega così: «Al contrario degli altri italiani che in Asia traducono i loro brani in inglese o in spagnolo, io canto nella mia lingua e non propongo le classiche melodie tricolori, ma brani pop rock». Russoletti adesso è deciso a spingere l'acceleratore sul mercato asiatico: quest'estate dopo l'apertura dei concerti dell'ex cantante del Matia Bacar Silvia Mezza notte, ora a Music farm, il cantautore andrà in tournée in Cina e in Giappone. Intanto su MySpace ha lanciato un concorso per i suoi fan asiatici: tra quelli che compreranno i suoi brani verrà estratto a sorte un weekend premio in Italia. Dove, ovviamente, incontreranno il loro beniamino.

Antonella Piperno

