

L'opinione

diretto da Arturo Diaconale

delle Libertà

Marketingrock

La generazione degli autoironici

Dopo i narcisisti, il rock italiano sembra destinato a venire invaso dagli autoironici. E' il caso di Luca Bussolletti del quale il 24 ottobre è uscito nei negozi "Mi amo", il primo singolo italiano. Il pezzo sottolinea come si possa fare dell'autostima uno strumento di difesa per andare avanti nonostante le decine di porte sbattute in faccia nei primi anni della carriera di un artista. Un'ottima idea anche per crearsi un mercato all'insegna del "dialogo con Io".

Dice oggi la giovane stella di un rock, quello italiano, decisamente legato alle trovate estemporane più che alla ricer-

ca vera e propria: "Mi piaceva l'idea di giocare un po' sul mio egocentrismo, quello che mi porta a cantare davanti a tantissime persone senza vergognarmi, e di metterlo a confronto con i continui fallimenti a cui sono andato incontro". Insomma uno nasce ego centrico e ne fa un business invece che una nevrosi da strizzacervello. Roba da brevettare. Chi comprerà il cd troverà anche altri due brani:

"Sotto zero", e la cover di John Lennon "Working class hero". Questo ragazzo comunque promette faville e infatti già da settembre ha girato l'Italia al seguito di Irene Grandi, apren-

do i suoi concerti e riscuotendo discreti consensi. Ha partecipato all'I.Tim tour cantando il suo 'inno all'autostima' davanti alla folla napoletana di piazza del Plebiscito. Per godersi un assaggio di alcuni brani del disco ed esprimere commenti sul forum c'è anche il sito: www.lucabussoletti.com. La casa discografica è la Aracnofonia in collaborazione con la Fungo production. Ma non chiedeteci cosa cavolo c'entrino i ragni e i funghi, a meno che non siano allucinogeni, con l'autostima e l'autoironia. Né con il libero mercato.

Massimiliano Fazzino