



GLI ALTRI DISCHI

Hot Rats

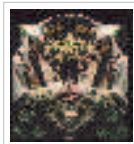
Toste queste cover



Due dei Supergrass più il produttore Goldrich (Radiohead) uguale un disco di cover veramente godibile. I pezzi sono un compendio di storia del rock (Kinks, Sex Pistols, Beatles, Roxy Music, Bowie, Beastie Boys) le interpretazioni divertenti, ballabili e toste. Finalmente qualcuno che (senza pretese) anziché copiare interpreta. **SI.BO.**

Midlake

Vocazioni indie



Midlake
The Courage of Others
Bella Union

Continua l'onda buona delle indie-band americane. Qui ci troviamo di fronte al capitolo terzo dei texani Midlake, che rinnovano la tradizione folk-rock con (tenui) iniezioni di modernità. Disco di ispirate ballate vintage dal sapore invernale, con gli anni 70 nel cuore e una voce-guida di malinconica espressività. **D.P.**

Heike Has The Giggles

Power trio da Solaroro



Heike Has The Giggles
Sh!
Kitano
**

Vengono da Solarolo, come la Pausini. Ma il suono di questo giovane power trio viaggia in altre direzioni. Un rock secco e veloce, melodico e punk, con una leader (Emanuela Drei) che scrive, canta e suona la chitarra. Tutto in inglese, of course, fra echi di Patti Smith e PJ Harvey. Forse non originalissimo, ma assai efficace. **D.P.**



Jimi Hendrix
Valleys of Neptune
Sony Legacy Recordings

SILVIA BOSCHERO

silvia.boschero@gmail.com

Anni di riciclo i nostri. Anni in cui se ti va bene ascolti la band migliore nel riproporre il suono dei Joy Division o il più decente epigono di Janis Joplin. Anni in cui quando arriva la notizia dell'ennesimo disco postumo con rimasugli o versioni alternative mai editate di Jimi Hendrix, si fa festa. E che festa sia per l'ottavo disco postumo di quel geniale ragazzo afroamericano morto per overdose quaranta anni fa. Il 5 marzo uscirà *Valleys of Neptune*, un disco di dodici brani mai pubblicati prima che testimoniano alcune registrazioni del re della chitarra dell'estate 1969, dopo il disco capolavoro *Electric Ladyland* e l'apertura dei suoi Electric Lady Studios al Greenwich Village di New York, luogo dove sarebbe dovuto nascere il successivo *First rays of the new rising sun*. Periodo duro per Hendrix: il rapporto col bassista Noel Redding andava a rotoli, le pressioni della casa discografica, i presunti amici che battevano cassa. Intendiamoci, i brani sono già noti agli estimatori di Hendrix, ma non in queste versioni. Ci sono *Fire*, *Red House* o *Stone Free* ad esempio, in veste diversa anche da quella uscita nel Box Set del 2000 e con il vecchio amico Billy Cox reclutato al basso dallo stesso Hendrix. Poi c'è la title-track, che avevamo già sentito nel disco *Lifelines* ma che qui troviamo con la band al comple-



**JIMI
HENDRIX
È RISORTO
DI NUOVO**

In uscita 'Valleys of Neptune' con alcuni inediti non del tutto inediti: ma il pozzo prima o poi si esaurirà

to, così come *Bleeding heart*, originariamente su *War heroes* ma qui in una edizione suonata da Jimi, Cox e il batterista Rocky Isaac (dell'aprile 1969). Bello sentire cover come *Sunshine of your love* dei Cream o *Here my train a comin'*, pezzi che la band faceva spessissimo dal vivo, ma quasi mai sentite nelle versione in studio. Bello e malinconico ripiombare come se nulla fosse in quella cartolina rock and roll di quaranta anni fa dove tutto suona magicamente fresco. Artefice il genio senza tempo di Hendrix ma anche un lieve effetto «lifting» dovuto alle super tecnologie «pulenti» usate dall'ingegnere del suono Eddie Kramer, al mixer in quei tumultuosi mesi così come oggi per confezionare il box.

PEZZI DI TOMBA

Fa un po' effetto. Fa effetto l'eterno riciclaggio così come pensare al padre-avvoltoio che anni fa vendeva pezzi della tomba del figlio o alla sorella che oggi è in prima linea nella sponsorizzazione di quest'uscita discografica. È proprio lei, Janie Hendrix, capo della Experience Hendrix, l'azienda familiare creata per «tutelare» l'eredità del musicista, a spiegare come il titolo del disco riprenda quello di un quadro di un Hendrix giovane che lei ha rispolverato dalla cantina (quando lo metterà all'asta?), mentre (probabilmente sempre lei) ha dato il via libera alla pubblicità in cui il nostro campeggia come testimonial di una marca di jeans per la stagione primavera-estate 2010. Forse ci dovrebbe essere un limite. O forse no. Forse il rock, fagocitato dal business già pochi mesi dopo la sua gloriosa estate dell'amore, oggi, quaranta anni più tardi, sta solo esalando l'ultimo respiro, sbattuto in saldo per chi ha ancora voglia di comprare dischi, questi oggetti desueti. ●