

di Fernando Fratarcangeli * andy.angel@tin.it

STORIA DELLE ETICHETTE CHE NON CI SONO PIÙ



GLI ANNI SESSANTA (Prima parte)

Parafrasando una celebre canzone di Adriano Celentano, "là dove c'era l'erba ora c'è, una città, e quella casa in mezzo all'erba, dove sarà?...." Nel caso della RCA Italiana, nella grande, mastodontica struttura che era lo stabilimento romano al dodicesimo chilometro di via Tiburtina (via di Sant'Alessandro 7 per esattezza) ora c'è una rivendita all'ingrosso di calzature. Tempi che cambiano purtroppo e non sempre in meglio.

Nel secondo dopoguerra, la RCA ovvero, Radio Corporation of America, era tra le più popolari case discografiche del mondo. Era stata fondata nel 1919, dapprima come compagnia radiofonica poi, dieci anni dopo nel

Iniziamo una serie di reportage sulle case discografiche più importanti che, a partire da fine anni '50, hanno fatto grande il nostro pop. Un'industria allora molto fiorente seconda solo alla Fiat. Iniziamo dalla più blasonata e all'avanguardia di tutte: la RCA Italiana.

1929, aveva acquisito la Victor Talking Machine Company, una delle case discografiche più antiche, fondata nel 1901, che aveva prodotto tra gli altri, i dischi di Enrico Caruso, entrando così ufficialmente nel mercato discografico. Con la fine della seconda guerra mondiale, nell'ambito degli

investimenti statunitensi collegati con il piano Marshall, la RCA decise di costituire una filiale anche in Italia soprattutto grazie all'interessamento dell'allora Papa Pio XII^o. Sua Santità nel corso di un'udienza, ricordando i bombardamenti americani del 19 luglio 1943 che colpirono il quartiere