



Pino Vinci

Alla fine degli anni '50, il 45 giri in vinile soppianta il vecchio 78 giri. L'industria discografica è fiorente e stimolata dall'interesse del pubblico. A fiutare la moda del "nuovo" formato sono anche le attività commerciali che lo adottano come gadget. Ma, per contenere i costi di produzione, al posto del più costoso vinile, si impiega la plastica. Nascono così i flexi.

I flexi del



il Musichiere

di Fernando Fratarcangeli * andy.angel@tin.it

LE prime importanti società che ricorrono a questo tipo di disco sonoro sono due grossi editori di carta stampata, la Arnoldo Mondadori che edita il settimanale *Il Musichiere* e la Corrado Tedeschi che stampa una rivista di cruciverba, la Nuova Enigmistica Tascabile. I flexi (che potevano essere realizzati neri o dei più svariati colori) sono prodotti di plastica sottile, per l'appunto flessibili, e sono incisi solo da un lato. Nonostante il risultato sonoro non fosse di certo

perfetto, l'interesse del pubblico verso questa novità fu rilevante. Ai due colossi della nostra editoria si aggiungono presto altre società che ricorsero al flexi-gadget per pubblicizzare i propri prodotti; dalla cera per pavimenti (Cera Grey) al formaggio (Invernizzi), dal dentifricio (Chlorodont) ai dadi in brodo (Brueg), dal caffè (Buscaglione) all'olio da cucina (Olio Sasso), dalle caramelle (Motta) ad altre riviste minori (Dischi e Canzoni), solo per citarne alcuni. Il seguito più alto lo ottenne però *Il Musi-*

chiere, un settimanale nato dietro la scia del successo della seguitissima trasmissione televisiva omonima condotta da Mario Riva (che collaborerà alla rivista curando un angolo tutto suo, tenendo un filo diretto con i lettori attraverso la posta) attore per lo più comico proveniente dalla rivista come duo Billy & Riva (dove Billy sta per Riccardo Billi). Si trattò di un quiz musicale dove i concorrenti dovevano indovina-

