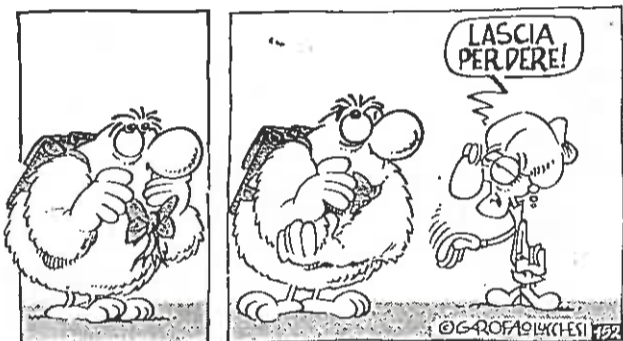


Martedì 6 agosto 2001

Alfonso, il mostro mite disegnato da Garofalo, trova l'editore sul Titano



L'Aiep raccoglie la scommessa ed esce con un mensile

Ma l'obiettivo è una trasposizione del giornale in chiave televisiva

Un editore sammarinese per Alfonso. Ebbene si, ricomincia dal Titano la riscossa del mostro dagli occhi dolci uscito dalla penna di Romano Garofalo, grafico riminese dalla fantasia inesauribile. Pubblicato su periodici italiani e stranieri, apparso in tivù nell'88 (*Slurp* su Odeon tv), Mostralfonso, riparte in versione mensile. Dal Titano ha raccolto la scommessa Giuseppe Morganti. L'Aiep, nota casa editrice di San Marino, è già uscita coi primi due numeri. Il protagonista, l'ingenuo jetti che ha lasciato i ghiacciai per vivere tra gli umani, non è cambiato di un pelo. Tale e quale suo 'padre', che grazie a quel pargolo originale parterrito quasi per caso alla fine degli anni 70, ha vinto nel '91 la «Palma d'oro» al salone di Bordighera. Con l'immagine del mostro dagli occhi languidi escono tutt'ora molte linee di prodotti commerciali. Perfino in Giappone la griffe di Mostralfonso ha sfondato. E adesso, il mensile, l'ultima 'garofalata' per dirla come il suo autore con buona dose di autoironia. Alfonso domina di diritto la copertina, ma tira una cordata di personaggi, alcuni storici come Jonny Logan (creato da Garofalo all'inizio della carriera per la casa editrice Dardo), a primizie assolute come Sauro, un cucciolo di dinosauro, 'fratello' minore di Alfonso, ma più opportunista e ribelle. «Volevo un personaggio un po' balordo, che facesse da contraltare al mite Alfonso», dice Garofalo che ha firmato Sauro assieme al disegnatore, Marzio Lucchesi. Il



Romano Garofalo



Giuseppe Morganti

giornale di Mostralfonso prevede una 'versione tivù' — qui sta la trovata — praticamente una trasposizione dei suoi contenuti in chiave televisiva. «Penso che sia la prima volta che un giornale viene pensato per la proiezione sul video oltre che per la normale diffusione in edicola», sostiene Garofalo. È talmente convinto della sua ultima 'follia' da vestire il ruolo di uomo-banda: da direttore (il direttore responsabile è Morganti), ad autore dei testi. L'idea è semplice: le singole strisce, i giochi, gli articoli, le rubriche, la satira ecc., dopo l'uscita sul mensile, verranno proposte alla pubblicazione di quotidiani per la loro divulgazione. Gli sviluppi? Sarebbero due. Sul piano editoriale (le strisce dei singoli personaggi verrebbero periodicamente raccolte in pocket, diari, cartoni natalizi) e su quello commerciale: i personaggi dovrebbero essere utilizzati in merchandising (già fatto in Giappone), con relativa produzione di quaderni, cartelle scolastiche, biglietti, peluches, gadget. Proprio come si fa attualmente col mostro Alfonso. L'obiettivo sarebbe innescare una sinergia tra giornali, merchandising, tivù. Già, la tivù. L'obiettivo è conquistare il video in primavera a scadenza quotidiana, estate esclusa: un minuto e mezzo (la domenica tempo doppio) prima, durante o in coda al tiggì. Una provocazione? Forse, ma la strada sarebbe nuova. E qualcuno sul Titano pare l'abbia capito al volo.

minuto e mezzo (la domenica tempo doppio) prima, durante o in coda al tiggì. Una provocazione? Forse, ma la strada sarebbe nuova. E qualcuno sul Titano pare l'abbia capito al volo.