

Il papà di Gringo: “Mancano le idee, peggio di così si muore”

Pubblicato: Mercoledì 18 Novembre 2009



Gino Gavioli, uno dei "papà" di Carosello, ha ottantasei anni, ben portati, e opinioni non proprio positive sulla pubblicità di oggi. **Con il fratello Roberto fu protagonista di una sorta di epopea disegnata:** quella della Gamma film, "studio" che si distinse appunto per la produzione di cartoni animati pubblicitari. Fra i personaggi famosi da lui creati all'epoca si ricordano **Caio Gregorio, er guardiano der pretorio**, per i tessuti **Rhodiatoce** (1960); **Mammut, Babbut e Figliut per la Pirelli** (1961); il mitico **Gringo per la Montana** (1966-1972); il "marinaio di lungo sorso" **Trinchetto** (nella foto sotto), per la Recoaro (1965). Proprio quest'ultimo è al centro di un semplice aneddoto raccontato da Gavioli alla Liuc **in occasione della Giornata del cinema industriale**. «Era estate, mia moglie e i ragazzi erano al mare, era di venerdì e aspettavo solo di uscire per prendere il treno delle cinque e raggiungerli, quando mi chiedono di creare un personaggio prima di partire. Lì per lì non sapevo davvero che pesci pigliare: se prima la giornata pareva non finire mai (una situazione degna di "Azzurro" di Paolo Conte, insomma, ndr), i minuti passavano a non ne venivo a capo. Poi l'illuminazione: dovevo andare al mare, quindi perchè non fare un marinaio?». Così nacque quel gran contaballe di Trinchetto, "costretto" pubblicitariamente all'acqua minerale perchè l'alcool gliene fa sparare peggio di una mitragliatrice.

Il lavoro negli anni più produttivi era frenetico, a ciclo continuo, anche sabati e domeniche. Creare



personaggi, animarli, costruire le loro storie e battute con bravissimi sceneggiatori; più tutte le collaborazioni varie con testate e periodici. «Se ci si basasse solo sulla quantità del lavoro prodotto, dovrei aver vissuto centotrent'anni» scherza Gavioli, «eppure in un certo senso potrei dire di non aver quasi mai "lavorato"». **Nel senso che quando fai ciò che ti piace e ti dà soddisfazione, la fatica non pesa.** Del resto eravamo arrivati, come Gamma Film, ad essere in 150 circa e produrre fino a 170 filmati diversi l'anno». Tutto senza le tecniche digitali di oggi: era ancora l'epoca della china e della celluloid.

Oggi tutto è molto cambiato. L'opportunità di stuzzicare un gigante della pubblicità del tempo che fu è

troppo ghiotta per lasciarsela sfuggire, e le sentenze sulle moderne evoluzioni del genere sono stroncatorie. «**Questa pubblicità del dopo-Carosello non resta nelle teste, poi più che auto non si vede**, non ci sono vere novità. I tempi, poi: noi avevamo un minimo di due minuti, in due minuti di cose se ne possono dire». Oggi, due minuti per uno spot non li danno neanche al Papa in persona. ma ci sarà un rilancio un domani per una pubblicità più di qualità? «Mah» fa scettico Gavioli, «per ora si fa quello che i tempi offrono. Peggio di così si muore, uno poi spera sempre...»

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it