

TESINA

Analisi semiotica dell'audiovisivo pubblicitario

Analisi narrativa di “GREENE KING IPA”

(birra inglese)

di

Eduard Johann Iagaru

1. Decoupage per inquadrature e sequenze

1.1. Il decoupage per inquadrature

Il primo parametro di notazione è che lo spot ha una durata di 39 secondi, suddivisi in 29 inquadrature piuttosto brevi, quasi tutte al di sotto dei 2 secondi. Il formato dello spot è ascrivibile alla tradizione pubblicitaria. La „colonna visiva“ è prevalentemente composta di inquadrature oggettive; il personaggio sembra agire indipendentemente dal fatto di essere osservato. Le uniche due inquadrature di tipo soggettivo (15 e 22) hanno la funzione di coinvolgere lo spettatore nelle emozioni provate dal personaggio (il camion che lo travolge e il meteorite che li precipita addosso).

Riguardo alla porzione di spazio inquadrato, le inquadrature prevalenti sono il campo medio e il primo piano. I campi medi ci forniscono una visione globale del personaggio e dell'ambiente.

La colonna sonora è composta dai canti angelici che seguono la morte del personaggio e terminano quando lo stesso si rianima inspiegabilmente. Essi hanno il ruolo di far percepire allo spettatore la morte del personaggio. La musica nel bar dove LA MORTE beve la birra ha solo il ruolo di ambientare.

Gli effetti sonori sono invece numerosi e presenti sin dalla prima inquadratura. Non è difficile comprendere come tutti questi effetti contribuiscono a creare un ambiente appropriato.

La parte verbale dello spot si sviluppa nelle inquadrature 25 – 27. Nella prima di queste viene detto il nome del prodotto “Greene King IPA” e nell'ultima vengono inquadrati due boccali (uno pieno l'altro vuoto) la voce over chiede allo spettatore “Did you say no to another!?” (Tu diresti no ad un'altra!?). Queste parti verbali hanno sia la funzione di presentare il prodotto sia di fare interagire lo spettatore. Infatti implicitamente bere un'altra birra significherebbe, seguendo la narrazione dello spot, ritardare la morte del personaggio (il personaggio non muore perché la morte viene distratta dal gustare la birra).

Per tali motivi lo spettatore viene indotto a consumare il prodotto, non solo per la sua qualità ma anche per il fatto narrativo della storia, quasi per salvare la vita al ragazzo.

1.2.Segmentazione in sequenze

Passiamo adesso alla segmentazione in sequenze, che risulta più appropriata per proseguire un'analisi che vada aldilà del livello della manifestazione espressiva, per rivolgerci ai livelli immanenti della significazione (il livello semio-narrativo del “Percorso generativo del senso”).

- La prima sequenza è quella in cui il protagonista dello spot è in bicicletta percorre una strada maestosa in prossimità di una curva, ammirando il panorama. Si compone di due inquadrature (1 e 2) e ha una durata di circa due secondi. È la sequenza in cui viene introdotto il personaggio, attraverso il campo medio e mezza figura. Questa prima sequenza ci fornisce l'indicazione che si tratta di una passeggiata in bicicletta in una bella giornata di sole (apparentemente tranquilla).
- La seconda sequenza è composta da otto inquadrature (3-10) e ha una durata di circa 6 secondi. In esse, quella che era una passeggiata tranquilla, si trasforma. Il protagonista a causa del cattivo funzionamento dei freni, non riesce a rallentare in prossimità della curva. Questa circostanza lo porta inevitabilmente a precipitare sulla strada sottostante, schiantandosi sull'asfalto e perdendo la vita.
- La terza sequenza è di circa 8 secondi e sette inquadrature (11-17). È la sequenza in cui il personaggio vi acquista inspiegabilmente la vita, ma a causa del passaggio improvviso di un camion che lo travolge, la riperde nuovamente.
- La quarta sequenza si presenta identica alla precedente, è di circa 8 secondi e di sette inquadrature (18-24). Il personaggio si rianima nuovamente ma un grosso meteorite che gli precipita addosso, gli causa nuovamente la morte. Riacquisisce subito la vita cominciando ad insospettirsi dei bizzarri accadimenti. Notiamo che il canto degli angeli accompagna e precisa che il personaggio realmente muore a causa dei tragici incidenti.
- La quinta sequenza presenta due inquadrature (25-26), con una durata di circa 6 secondi, nella quale si capisce che il gioco tra la vita e la morte del personaggio è dovuto alla mancata presenza della MORTE stessa che trovandosi nel bar a degustare la birra, non può assolvere il suo compito. Guardando l'orologio LA MORTE si rende conto della sua inadempienza, ma sbuffando e con disinvoltura prende tranquillamente un'altra birra. È intuibile che la sequenza vuole evidenziare la bontà e qualità del prodotto.

- La sesta sequenza presenta una sola inquadratura di circa 1 secondo nella quale vengono rappresentati due boccali di birra (uno pieno e uno vuoto) su sfondo verde. Una voce over chiede allo spettatore “Did you say no to another!?” (Tu diresti no ad un'altra!?). Il fatto che nell'immagine ci sia un bicchiere pieno e uno vuoto, (in cui scende ancora la schiuma) rafforza la richiesta della voce over. I motivi per i quali lo spettatore dovrebbe accettare un'altra birra sono:

- a) la qualità e bontà del prodotto (suscitata dai due boccali);
- b) dato che il personaggio è diventato simpatico lo spettatore non vorrebbe che morisse.

Lo sfondo verde fa riferimento da una parte al nome del prodotto (Greene King IPA), dall'altra alla naturalezza del prodotto.

- La settima sequenza è composta da due inquadrature (28-29) della durata di circa 6 secondi. In questa sequenza il personaggio muore nuovamente, questa volta a causa di un fulmine creato da un temporale, rianimandosi per l'ennesima volta. Quest'ultima sequenza lascia lo spettatore di fronte all'interrogativo: il personaggio morirà oppure no?

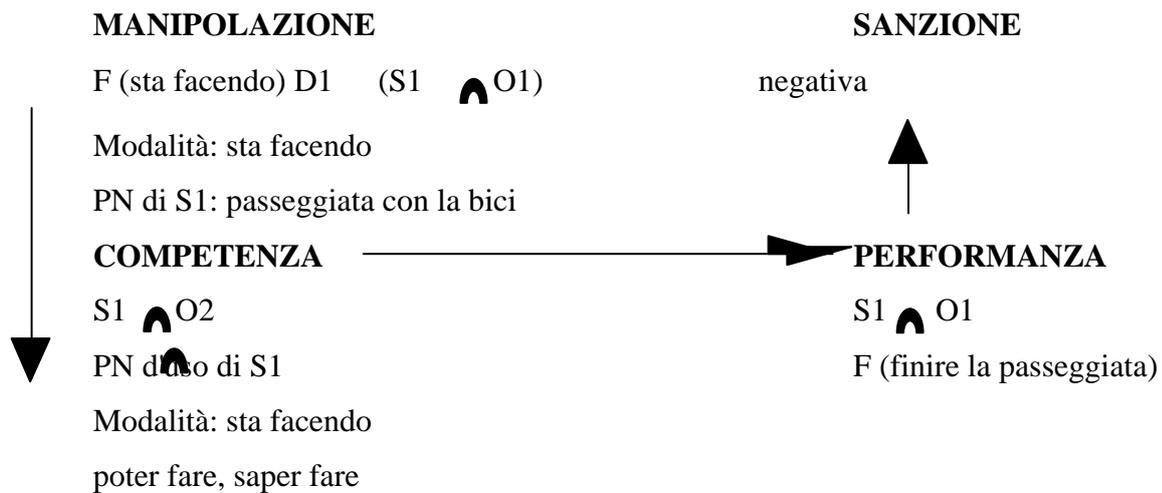
2. L'analisi semiotico-generativa

L'organizzazione spaziale

Per quanto riguarda lo spot, è certamente molto semplice individuare ad un primo livello il *dèbrayage*.

- *Dèbrayage* complessivo perchè l'istanza dell'enunciazione crea uno specifico *luogo* (la strada maestosa), un *tempo* (a noi contemporaneo) dell'*attore* antropomorfo diverso dall'istanza dell'enunciazione stessa.
- A livello spaziale viene istituito uno spazio “esterno” in cui l'attore agisce. Lo spazio topico corrisponde alla strada, questo per quanto riguarda il ragazzo. Per quanto riguarda il secondo soggetto abbiamo la stessa situazione ma con *luogo* diverso (il bar), l'attore non antropomorfo (LA MORTE) e a livello spaziale viene istituito uno spazio “interno” in cui LA MORTE agisce. Lo spazio topico corrisponde allo spazio a ridosso del bancone.

3. Schema narrativo canonico (percorso narrativo di S1)

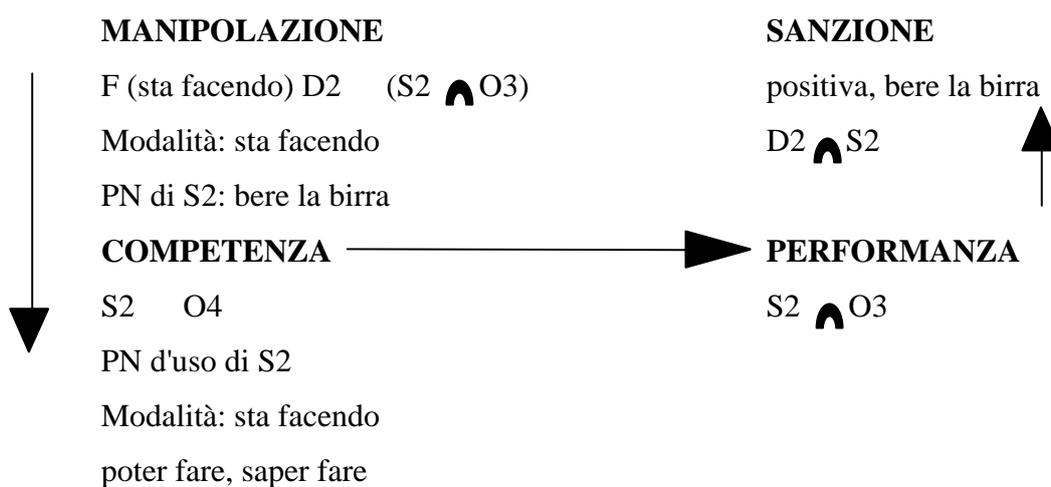


Legenda:

D1= ragazzo; S1= ragazzo; O1= passeggiata con la bici; O2= la bici; F= funzione del fare.

Il ragazzo, il primo attore dello spot, ricopre due ruoli attanziali: è Destinante dell'azione e Soggetto del fare (S1) che segue un suo programma narrativo principale (PN), che è “fare una passeggiata in bici”; Competenza “lo sta facendo” diventa non poter fare, infatti sta facendo una passeggiata ma gli succede un incidente che gli impedisce di seguire il suo (PN).

4. Schema narrativo canonico (percorso narrativo di S2)

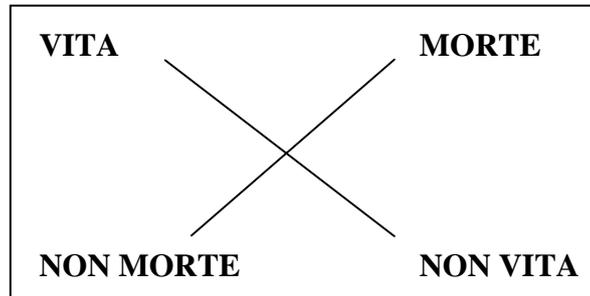


Legenda:

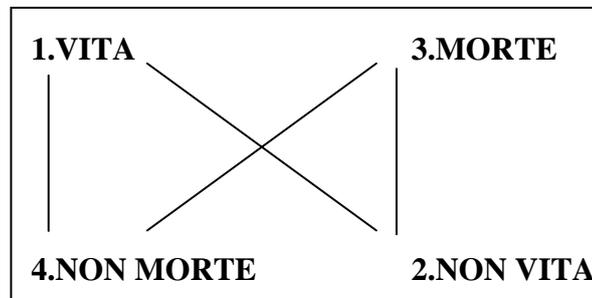
D2= LA MORTE; S2= LA MORTE; O3= bere la birra; O4= nel pub la birra nel boccale; F2= funzione del fare.

La MORTE, quindi l'attore non antropomorfo, ricopre anch'egli due ruoli: Destinante e Soggetto che segue il suo PN “bere un'altra birra”, la Competenza “sta bevendo”, “poter fare”, “saper fare” pur avendo compiti importanti decide di bere un'altra birra.

5. Quadrato vita/morte



6. Percorso lineare del quadrato vita/morte



Il percorso si riferisce più che altro a S1 (il ragazzo che vuole farsi la passeggiata in bici). Egli passa dalla “VITA” alla “NON VITA”, nel senso di privazione della vita (quando accade l'incidente), e dalla “NON VITA” alla “MORTE” (dopo l'incidente). Con la successiva rianimazione del suo corpo si troverà in uno stato di “NON MORTE”, per poi ritrovarsi nella condizione iniziale riacquistando lo stato iniziale di “VITA”(la rianimazione stessa).

Questo percorso durante l'enunciazione dello spot viene ripetuto per quattro volte: l'incidente con la bici, il camion che lo travolge, il meteorite che li precipita addosso e il fulmine che lo colpisce.

NOTE CONCLUSIVE

Tema dello spot: **“Per una buona birra i compiti, seppure importanti, possono aspettare”.**

Il senso principale dello spot è che per una buona birra, i compiti possono essere rimandati. Il senso viene raccontato attraverso la messa in serie sequenziale che, comincia

prima con il ragazzo che dovrebbe morire, poi con il fatto che LA MORTE rimanda i suoi compiti (bevendo la birra) e Termina col ragazzo stesso (l'ennesimo incidente).

(Questa narrazione appartiene alla categoria narratologica “degli esistenti”)

Eduard Johann Iagaru
