

## DOMANDE

1. Cosa colpisce la tua attenzione? Quale è il messaggio che comunica l'immagine?
2. Com'è costruita l'immagine? (Analizza le tecniche usate per attirare la tua attenzione: composizione, colori, piani, campi, angolazioni, luce ecc. e spiega come contribuiscono alla costruzione del senso).
3. Chi ha creato l'immagine e con quale intenzione (informare, convincere, divertire)?
4. A chi è diretto il messaggio?
5. Cosa non è stato incluso nel messaggio?

## Pubblicità – Air France

1. Colpisce la mia attenzione l'aereo che è presente in ogni inquadratura, particolarmente la sua traiettoria che si intreccia sempre con l'azione dei personaggi inquadrati. Il video comunica un senso di rassicurazione e tranquillità e finisce con lo slogan "Air France One of the best places on earth", quindi vuole dire che volare con loro è come essere a terra.

2. La pubblicità è composta dalla parte video e da quella sonora. La parte sonora proviene dall'interno della narrazione, in quanto all'inizio viene inquadrato un giradischi in funzione e prima della fine dello spot (sec. 43) una mano interrompe la riproduzione della musica per circa 3 sec. per poi riprendere, quando appare il logo della compagnia Air France e lo slogan scelto per la campagna pubblicitaria. Non è presente una voce narrante. La musica ha la funzione di collegare le scene ed è dolce e trascinante.

La parte visiva è composta da una sequenza che segue il percorso di un aereo che vola nei cieli di diversi paesi. Si intuisce ciò da varie persone, inquadrate mentre svolgono azioni quotidiane e dall'ambiente in cui sono inserite. L'elemento comune è l'inquadratura dell'aereo, che da sinistra va verso destra, volando nel cielo.

La pubblicità dura 50 secondi ed ha una struttura circolare, poiché inizia con l'inquadratura su un giradischi e si chiude con l'inquadratura su un aereo che si posa sul giradischi.

La sequenza è costituita da più scene. Se guardiamo attentamente è possibile osservare che ha una struttura ben ritmata ed equilibrata: più o meno 6 sec. per ogni scena. La pubblicità inizia con l'inquadratura su un giradischi che produce la musica che sarà presente durante tutta la pubblicità. Un uomo apre la tenda e così è possibile vedere il paesaggio esterno, sopra il quale vola un aereo. Nella scena successiva, l'aereo sembra uscire dalla bocca di una mamma che manda un bacio al suo bambino. L'aereo vola poi nel cielo azzurro mentre una donna è dal parrucchiere, un'altra si sta truccando e una fa meditazione. Successivamente l'aereo sembra continuare il testo di un signore che scrive al computer e riappare dopo la pulizia del finestrino di un'auto. Alla fine l'aereo si posa sul giradischi. Solo alla fine ci viene rivelato che quella è la pubblicità dell'Air France con lo slogan "Air France, one of the best places on earth".

Il montaggio delle scene è invisibile, poiché non fa sentire il passaggio da un'inquadratura all'altra, attraverso il raccordo di direzione. L'aereo infatti vola da sinistra verso destra proseguendo il suo percorso in ogni scena.

Tutti gli elementi nella pubblicità contribuiscono a dare un'atmosfera rassicurante, presentando la compagnia aerea come sicura e confortevole.

3. La pubblicità è stata creata dal regista Michel Gondry, con l'intenzione di convincere il pubblico ad utilizzare la compagnia per i loro viaggi.

4. Il messaggio è diretto a tutti quelli che intendono viaggiare in aereo.

5. Non sono incluse nel messaggio tutte le informazioni necessarie per chi intende viaggiare con la compagnia, per esempio, le destinazioni, le tariffe ecc.