

## Approfondimento: SPOT A CARTONI ANIMATI

All'interno del più ampio linguaggio audiovisivo della pubblicità un discorso a parte merita l'utilizzo del cinema d'animazione e nello specifico del cartone animato.

Nell'epoca in cui si trasmetteva il programma *Carosello* nacquero una serie di personaggi disegnati che sono rimasti nell'immaginario collettivo per generazioni. Basti pensare al Calimero di "Ava come lava", al Caballero e alla sua Carmencita del caffè Paulista, oppure a Susanna Tutta-panna di Invernizzi, Jo Condor e il Gigante Amico per Nutella, la Linea di Cavandoli per Lagostina.

L'utilizzo del registro linguistico infantile permette di parlare a un pubblico eterogeneo, composto da persone di età differenti, che recepiscono il messaggio senza il filtro della razionalità.

Se si fa vedere la fotografia di un prodotto si suscitano nello spettatore delle considerazioni che partono dal dato di realtà e che distolgono l'attenzione dal messaggio. Invece, se si utilizza un disegno, anche schematico, si può trasmettere un concetto in modo più efficace, facendo leva su un linguaggio che siamo più facilmente disposti ad accettare a priori. L'uso del cartone animato permette, infatti, di stabilire più facilmente un contatto emotivo, evitando le barriere difensive della razionalità e del linguaggio adulto (che si basa su giudizi e interpretazioni dettati dalla nostra esperienza). Il cartone animato parla al lato irrazionale ed emotivo, riporta al mondo dell'infanzia, anche quando l'oggetto del discorso non ha nulla di infantile.

**Powtoon** è un sito che propone un'applicazione per realizzare cartoni animati direttamente on line. Basta avere qualcosa da dire: loro offrono gli strumenti per realizzarlo.

L'accesso avviene attraverso una registrazione gratuita. Una volta entrati nell'applicazione on line si viene guidati nella realizzazione di un progetto. Sono presenti diversi modelli da utilizzare a seconda del tipo di prodotto audiovisivo da realizzare: presentazione in pubblico, cartone animato classico, lezione in classe, tutorial. È possibile anche partire con un progetto vuoto.

La struttura è quella delle scene brevi che consistono in “quadri” all’interno dei quali si compone l’unità narrativa. L’insieme delle unità compone la storia. Il processo di lavoro raccomandato è il seguente:

- 1) scrivere una storia (*script*);
- 2) registrare la voce fuori campo (*voice-over*);
- 3) aggiungere le immagini (*visual*).

Anche in questo caso alla base del processo creativo c’è la sceneggiatura, che deve contenere tutti gli elementi essenziali alla trasmissione del messaggio. La sceneggiatura serve anche a stabilire i tempi e i passaggi da una parte all’altra.

Il numero delle parole utilizzate per la voce fuori campo fornisce un’indicazione sui tempi del prodotto audiovisivo che si sta creando.

Gli studi più recenti confermano che la soglia di attenzione del pubblico si sta sempre più riducendo a causa dell’enorme quantità di stimoli. Quindi è necessario catturare l’attenzione nel corso dei primi 7 secondi, dando dei motivi di interesse per continuare a guardare l’annuncio. Immediatamente dopo verrà fornito il cuore del messaggio, facendo attenzione a non superare il limite massimo dei 90 secondi totali di filmato. Un rapporto tra durata e numero di parole da inserire nello script e quindi nel *voice-over* è il seguente:

<b>durata del filmato</b>	<b>numero di parole</b>
30”	85
60”	160
90”	230

Per la parte *visual* è possibile inserire elementi presenti in una libreria composta di oggetti pronti (testi, sfondi, forme, disegni vari) e soprattutto di personaggi che contengono già un’animazione, questi **characters** disponibili nella versione gratuita sono abbastanza limitati.

È possibile anche inserire immagini proprie caricandole nel progetto. Dovranno essere in un formato web compatibile (JPEG, GIF, PNG).

La versione gratuita del filmato realizzato si concluderà con un titolo di coda che riporta il credit “realizzato con Powtoon” e potrà essere pubblicata direttamente on line su YouTube o condivisa sui social network. Pur con tutte queste limitazioni, si tratta di un buon modo per verificare il processo creativo e ottenere un prodotto provvisorio in piena autonomia.