

## La struttura di uno spot

Non esistono regole che stabiliscono quale debba essere la struttura canonica di uno spot. Ma può essere utile analizzarne lo sviluppo nelle sue parti più semplici.

Uno schema di base classico (ma può avere infinite varianti) si presenta come segue:

- **APERTURA**
- **PRESENTAZIONE DEL PRODOTTO**
- **DEMO**
- **FINALE**
- **PACKSHOT**
- **RIPRESA**

## **Apertura**

L' inizio di una storia, oppure una provocazione che serve solo a catturare l' attenzione dello spettatore.

## **Presentazione del prodotto**

È inevitabile che a un certo punto si scopra di chi stiamo veramente parlando.

## **Demo**

Dimostrazione “tecnica” delle caratteristiche del prodotto.

## **Finale**

Si torna alla narrazione precedente che era stata interrotta dalla “demo”. Se c' era una trama, qui la narrazione arriva al climax o alla conclusione.

## **Packshot**

Inquadratura sulla confezione con il payoff della marca. Non dura più di tre secondi.

## **Ripresa**

A volte, ma non sempre, la storia viene ripresa dall' inizio, come se si ripetesse il tormentone, oppure si ripresentasse la stessa situazione in ambito diverso, dando ad intendere che lo sketch fa parte di una serie. In altri casi viene detta una battuta ad effetto che contraddice tutto quello narrato precedentemente.

## Un esempio:

Proviamo ad analizzare uno spot cercando di individuare le varie fasi che lo compongono



## Ariete il genio della casa

### Apertura



### Presentazione del prodotto



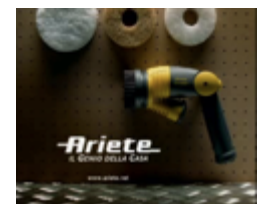
### Demo



### Finale



### Packshot



### Ripresa



## Un esempio:

Proviamo ad analizzare uno spot cercando di individuare le varie fasi che lo compongono



## Punto JTD non chiamatelo diesel

### Apertura



### Presentazione del prodotto



### Finale



### Packshot



### Ripresa



## Scrivere uno spot

Come accade per il cinema scrivere uno spot significa scrivere per immagini.

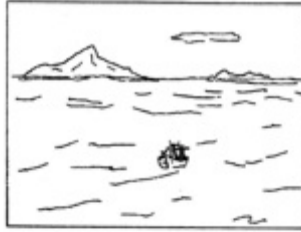
In genere in ogni paragrafo di sceneggiatura va indicata l'inquadratura appropriata.

L'**inquadratura** è quella porzione di immagine colta dall'obiettivo della macchina da presa (**m.d.p.**).

- **Campo lunghissimo (C.L.L.)**
- **Campo lungo (C.L.)**
- **Campo medio (C.M.)**
- **Figura intera (F.I.)**
- **Piano americano (P.A.)**
- **Mezzo primo piano (M.P.P)**
- **Primo piano (P.P.)**
- **Primissimo piano (P.P.P.)**
- **Dettaglio/particolare**

|                                   |                                                                                                                        |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Campo lunghissimo (C.L.L.)</b> | Quando la macchina da presa inquadra uno spazio vastissimo, che si perde praticamente all' infinito.                   |
| <b>Campo lungo (C.L.)</b>         | Molto simile all' inquadratura precedente; solo che in questo caso la figura umana è più riconoscibile nell' ambiente. |
| <b>Campo medio (C.M.)</b>         | Quando un gruppo di persone sono riprese per intero.                                                                   |
| <b>Figura intera (F.I.)</b>       | Quando un' unica persona è ripresa per intero.                                                                         |
| <b>Piano americano (P.A.)</b>     | La figura umana è ripresa dalle ginocchia in su.                                                                       |
| <b>Mezzo primo piano (M.P.P.)</b> | Riprende il personaggio dalla vita in su.                                                                              |
| <b>Primo piano (P.P.)</b>         | Viene inquadrato il volto e parte del busto del personaggio.                                                           |
| <b>Primissimo piano (P.P.P.)</b>  | È inquadrato solo il volto del personaggio.                                                                            |
| <b>Dettaglio/particolare</b>      | Si usano per fare dei primi piani rispettivamente ad un oggetto e ad una parte specifica del corpo umano.              |

**Campo lunghissimo (C.L.L.)**



**Campo lungo (C.L.)**



**Campo medio (C.M.)**



**Figura intera (F.I.)**



**Piano americano (P.A.)**



**Mezzo primo piano (M.P.P.)**



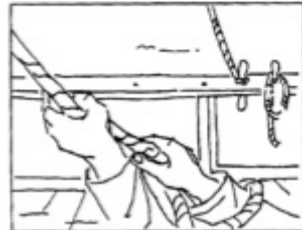
**Primo piano (P.P.)**



**Primissimo piano (P.P.P.)**



**Dettaglio/particolare**



## movimenti m.d.p.

- Panoramica** Movimento rotatorio della m.d.p. fissa su un sostegno. Può essere verticale o orizzontale e obliquo. Facendo un rapido movimento di macchina, da un' inquadratura all' altra, si avrà la panoramica a schiaffo.
- Carrellata** Quando la m.d.p. compie un movimento in avanti, indietro, obliquo, a destra e a sinistra. Può essere fatto sui binari dove viene posto il carrello; con il *pied de poule* (un carrello mobile a tre ruote), e con la *camera car*, quando la macchina da presa è fissa su un' auto o su una moto per la strada.
- Zoom** Quando la m.d.p. compie apparentemente un movimento in avanti o indietro, chiudendo la prospettiva o, al contrario, scoprendo il contesto. L' effetto si ottiene a macchina fissa agendo semplicemente sulle ghiera dell' obiettivo.
- Dolly** Quando la m.d.p. è montata su una gru con un braccio mobile che compie movimenti dal basso all' alto e viceversa con grande maneggevolezza, grazie ad una serie di meccanismi pneumatici.
- Steady-cam** È una m.d.p. particolare, montata sul corpo dell' operatore, grazie ad un sofisticato meccanismo.



## La sceneggiatura

La sceneggiatura è lo spartito di un film. Essa contiene tutte le indicazioni per la ripresa e per i dialoghi. Praticamente, permette di “leggere” un film facendolo immaginare in quasi tutti i suoi dettagli. Esistono due sistemi per scrivere una sceneggiatura, quello all’ **italiana** e quello all’ **americana**. Sostanzialmente non differiscono di molto tranne che nella disposizione delle parti. Ecco un esempio di sceneggiatura redatta all’ italiana e poi all’ americana.



**Esempio di sceneggiatura redatta all’ americana.**



**Esempio di sceneggiatura redatta all’ italiana**



**Esempio di sceneggiatura per la pubblicità**

(tatto da) “the honest courtesan” di Jeannine Dominy

## PepsiTwist Totti



*Esterno notte.  
Al centro di un campo di calcio  
la m.d.p. ruota attorno a Totti  
fino a riprenderlo frontalmente.  
Il calciatore ha in mano una  
lattina di Pepsi.*

*Il regista suggerisce scoccato  
il resto della battuta.*

*Totti, svuotata la lattina la getta  
alle sue spalle dove se ne  
vedono molte altre ammassate*

*Packshot della lattina che  
rimbalza tra dei cubetti di  
ghiaccio*

*Un giovane assistente della  
troup passa al calciatore  
l'ennesima lattina*

*Totti apre la bevanda e  
comincia a bere*

**TOTTI**  
Pepsi Twist... aò e poi?

**REGISTA**  
La prima cola al gusto di limone...  
Dai facciamone un'altra di riserva!

**TOTTI**  
Oh a 'bello... riserva a chi?

**VOCE FUORI CAMPO**  
Pepsi Twist: la prima cola al gusto  
di limone.

**ASSISTENTE ALLE RIPRESE**  
A Francè e qui famo notte

**TOTTI**  
Mejo così no?  
M'a bevo pure..

## Lo script

Prima di passare alla stesura della sceneggiatura di un film come di uno spot, di solito si realizza uno **script**. Lo script è il soggetto alla base del comunicato. In genere consiste in un breve racconto che sintetizza la storia e spiega cosa succederà nello spot.

### Esempi di script e relativo spot

Allstate assicurazioni



Fiat multijet



Bridgestone



Yahoo!



## Lo storyboard

Una volta terminata in ogni sua parte la sceneggiatura si comincia a dare corpo visivo al copione arricchendolo con degli schizzi in sequenza, che descrivono le scene più significative da girare. Ogni immagine viene accompagnata dalle relative battute e dalla descrizione del sonoro (suoni, rumori, musica, ecc.).

**Rubamatic** Per aiutare il cliente (che in genere non è un esperto del ramo) nella valutazione dello storyboard, si possono utilizzare degli spezzoni di film esistenti montati in modo da dare l'idea di come il filmato si dipana. Tale procedimento si chiama **Rubamatic** e presuppone che gli autori dello spot abbiano la possibilità di accedere ad un ampio repertorio di filmati.

**Animatic** In alternativa, si usa spesso la tecnica **Animatic**: le immagini dello storyboard vengono riprese con la telecamera ed abbinate alla colonna sonora definitiva ed ai dialoghi.



### Photoboard

Lo storyboard può essere sostituito da un **Photoboard** che, in alternativa alle illustrazioni con le scene principali, utilizza delle foto, se non addirittura fotogrammi dello spot di prova.

## Tempotest

1



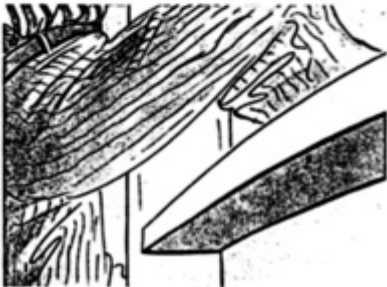
Un ragazzo guarda rapito e triste un foto.

2



È la foto di una bella ragazza da cui forse è stato abbandonato o da cui no è corrisposto.

3



Si avvicina alla finestra dell'appartamento e si sporge.

4



Guarda a lungo la foto dell'amata.

5



Infine la strappa

6



Deciso si tuffa nel vuoto per farla finita.

7



Durante la caduta incontra e oltrpassa sfondandole diverse tende da sole

## Tempotest

8



Ma la caduta non si arresta...

9



La caduta continua...

10



La caduta continua...

11



L'ultima tenda incontrata nella caduta è quella pubblicizzata dallo spot.

12



Il ragazzo rimbalza sul tessuto resistente della tenda da sole tempotest.

13



E finisce con l'atterrare su una comoda poltroncina di un bar accanto ad una bella ragazza che si rivela come la donna della foto...

14



FINE



## Tempotest

L'intera trama dello spot sintetizzata in una sola tavola..



## Tempotest



Foto tratte dallo spot  
definitivo.



## Script

Un simpatico ragazzo alla sua scrivania. A primi piani sul volto pensoso si alternano close-up sulle sue esperte mani di grafico alle prese con i mille gesti del lavoro di ogni giorno sottilenati dai loro rumori reali, come se una macchina da presa volesse capire i segreti *manuali* della sua creatività. Vediamo -e sentiamo- un pennarello colorato scorrere veloce sul foglio, il cutter che taglia un cartoncino, matite mentre vengono temperate, il colpo secco della taglierina ecc. Sempre le stesse mani, infine, portano in campo il primo fascicolo del CORSO DI GRAFICA CREATIVA, il secondo, il foglio Letraset e richiudono su tutto la cartellina Art Director. Gli effetti sonori fungono da accompagnamento musicale, mentre la voce fuori campo “presenta” il prodotto.



*La macchina da presa inquadra un ragazzo pensoso alla sua scrivania sulla quale si notano alcuni pennarelli, squadrette, fogli di carta ecc.*



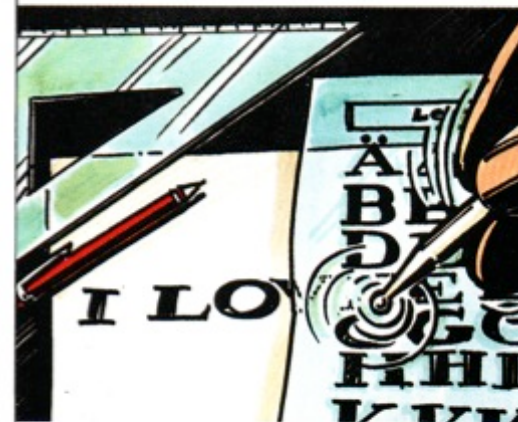
**PER TUTTI I GIOVANI CHE AMANO LA GRAFICA,  
IL MONDO DELLA PUBBLICITÀ...**

*Primi piani delle mani del giovane che esegue alcune tipiche operazioni di tecnica grafica.*



**CHE HANNO VOGLIA DI FARE, DI CREARE...**

*Il giovane sta impaginando una head-line.*



**PER TUTTI I GIOVANI CHE HANNO IDEE,  
UN'IDEA CREATIVA PER CRESCERE NUOVI  
CREATIVI.**

**Fabbri Editori**

*La macchina da presa inquadra il primo fascicolo di "Grafica Creativa"*



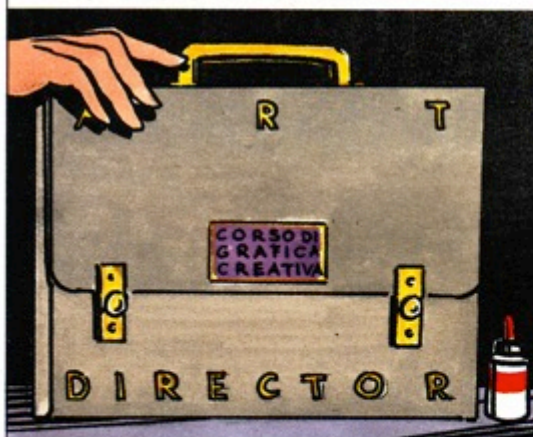
**È IN EDICOLA IL PRIMO CORSO DI GRAFICA CREATIVA**

*Al primo fascicolo se ne aggiunge un secondo.*



**CON IL PRIMO FASCICOLO IN REGALO IL SECONDO, UN FOGLIO DI LETRASET...**

*Primo piano della cartellina in omaggio.*



**E LA CARTELLA "ART DIRECTOR"**

*Il giovane, come d'uso nelle agenzie americane al termine di una campagna, lancia in alto la matita che si pianta in un pannello di polistirolo del soffitto.*



**CORSO DI GRAFICA CREATIVA.  
UN'IDEA PER CHI HA IDEE.**





La macchina da presa inquadra un ragazzo pensoso alla sua scrivania sulla quale si notano alcuni pennarelli, squadrette, fogli di carta, ecc.



Il giovane stà impaginando una headline.



Dettaglio degli strumenti di lavoro del giovane grafico.



Dettaglio sulle mani del giovane che esegue alcune tipiche operazioni di tecnica grafica.

Fabbri Editori



La macchina da presa inquadra il primo fascicolo di “Grafica Creativa”. Al primo si aggiunge il secondo.

Primo piano della cartellina in omaggio.



Il giovane, come d'uso nelle agenzie americane al termine di una campsgna, lancia in alto la matita che si pianta in un pannello di polistirolo del soffitto.

## Fisherman's friend

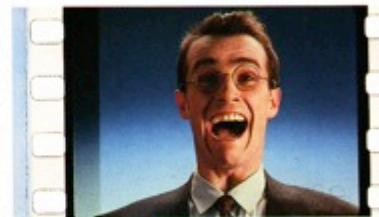


## Script

I personaggi vengono inquadrati in P.P.P., qualcuno sussurra il nome del prodotto, segue un urlo di terrore interrotto dalla comparsa del prodotto, la cui confezione tappa la bocca alla sorpresa. Il commento è in voice-off e recita il claim della campagna.



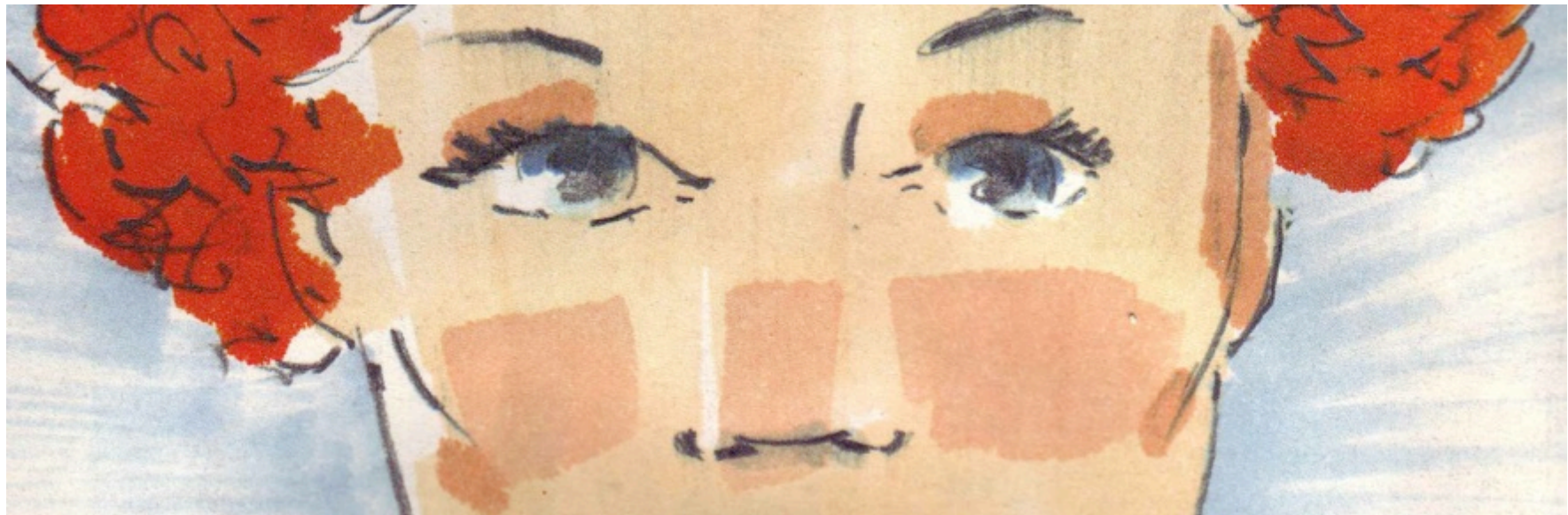
## Fisherman's friend



## Storyboard: inquadrature

Sia nei cartoni animati che nei filmati pubblicitari lo storyboard gioca essenzialmente sull'inquadratura. Quest'ultima deve avere sempre un taglio aggressivo.

Dall'inquadratura di semplici elementi, ai visi, alle figure, tutto deve essere bene equilibrato, come in un quadro.





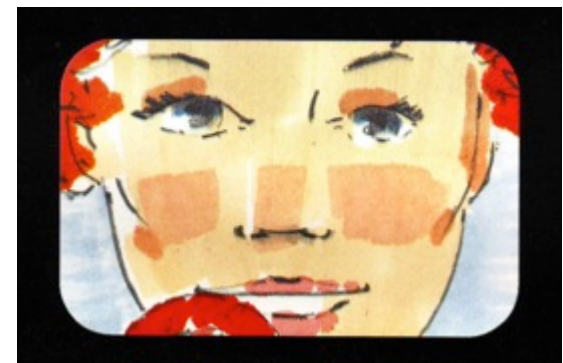
## inquadrature

Inquadrando in modo diverso una figura ci si accorge di come la stessa immagine assume “tagli” differenti.



## inquadrature

L' impianto visivo di ogni inquadratura avrà quindi personalità e significati propri da utilizzare secondo il contesto e l' effetto desiderato.



## inquadrature

Prendiamo un carrello del supermercato.  
Se lo inquadrriamo al completo nel nostro schermo,  
l'effetto non sarà di grande impatto.

Il carrello essendo alto e stretto, è iscritto in un rettangolo in verticale. Nell'inquadratura, che è al contrario un rettangolo in orizzontale, resta molto spazio ai lati e di conseguenza l'immagine risulta sbilanciata.

Man mano che stringiamo l'inquadratura sul corpo centrale del carrello, l'immagine si fa più aggressiva ed eloquente: frutta, ortaggi, scatolame, traboccano dal contenitore. L'inquadratura adesso assume un aspetto pittorico vero e proprio.





## inquadrature



Per equilibrare l'immagine del carrello nell'inquadratura è consigliabile aggiungere una figura che bilanci l'insieme della scena.

## inquadrature

La prospettiva suggerisce l'idea della ricerca.



Il prodotto appare come per incanto.



La mano afferra rapida l'oggetto.

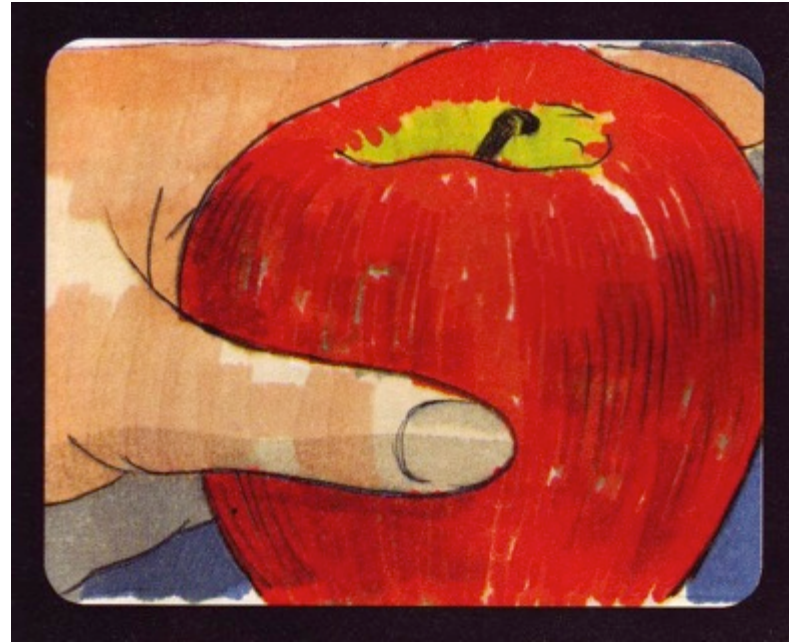


Il protagonista lo avvicina soddisfatto al volto.

## inquadrature



Effetto globale è piuttosto dispesivo.

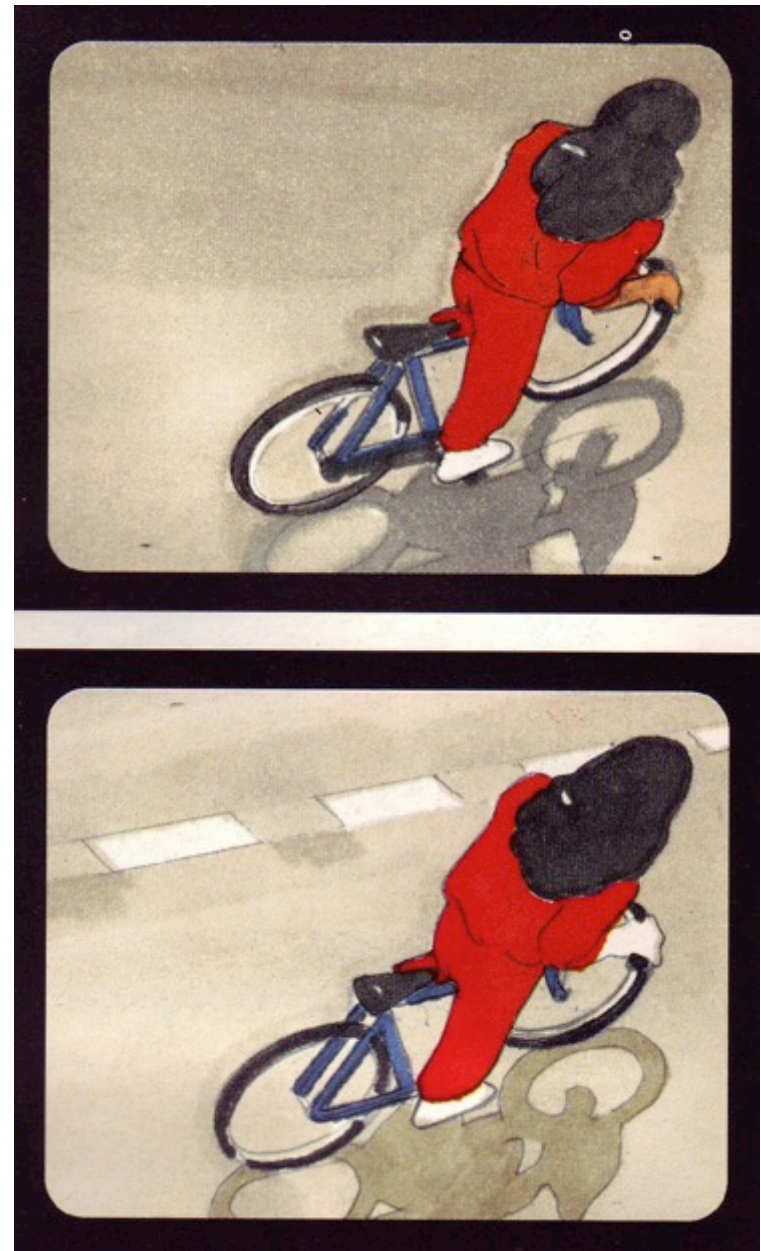


L'immagine acquista maggiore fascino.

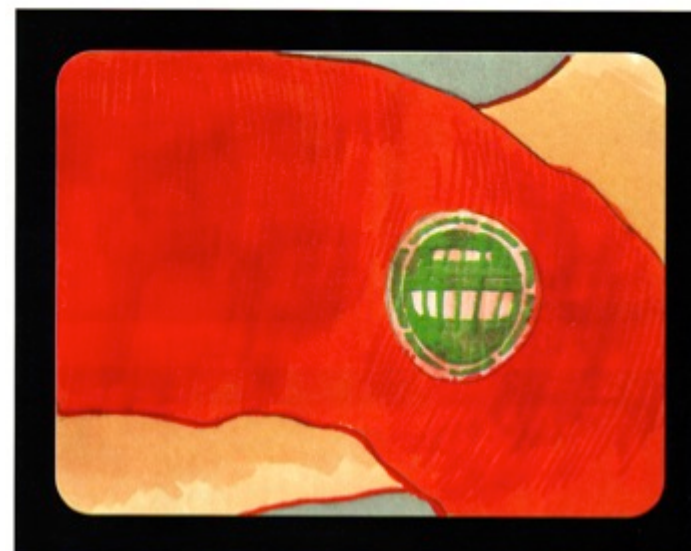
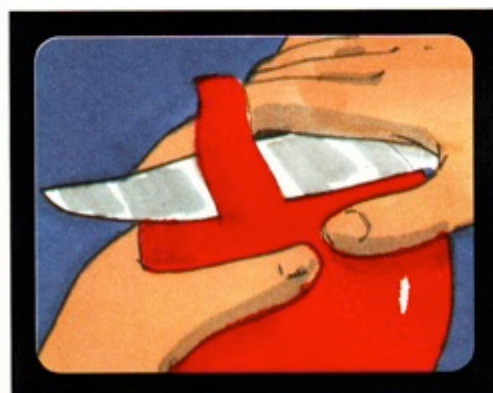
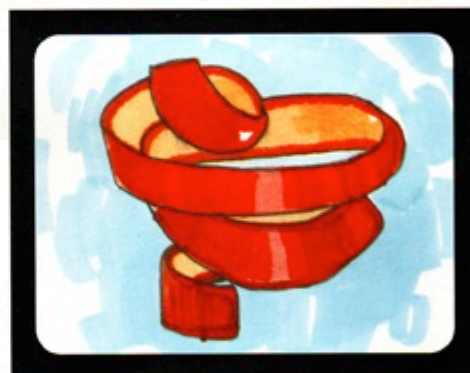


## inquadrature

La semplice aggiunta della linea  
bianca di mezzzeria ridona equilibrio  
all' immagine altrimenti piatta e  
sbilanciata..



## inquadrature



Immaginiamo uno spot in cui una mela viene sbucciata lentamente.



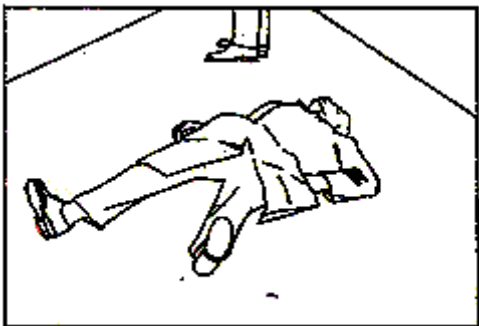
## composizione



I pieni e i vuoti devono avere la giusta proporzione.

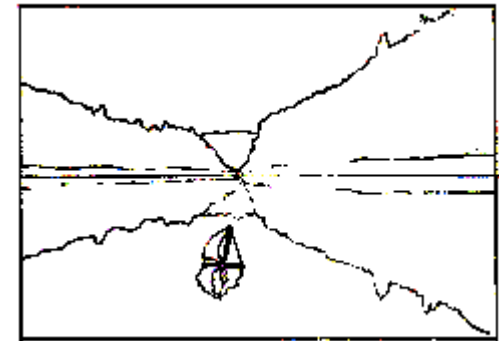


Se inquadrano una persona di profilo l'area laterale che ci permette di bilanciare l'inquadratura sarà posta di fronte al soggetto e non alle sue spalle.



Le linee oblique suggeriscono l'idea del movimento e dell'azione e attraggono l'interesse di chi osserva.

Le linee orizzontali ispirano un senso di quiete e staticità; a lungo andare diventano noiose.



Nelle composizioni a triangolo il punto d'interesse è rappresentato dal vertice al centro dell'immagine che crea un senso di stabilità.



Nelle composizioni a cerchio l'attenzione è riportata al centro dell'inquadratura.



## Stili di ripresa

Supponiamo di dover girare una scena molto semplice:

Un uomo esce di casa, va in strada, apre la portiera di un'automobile, sale sulla vettura, avvia il motore e si allontana.

1



2



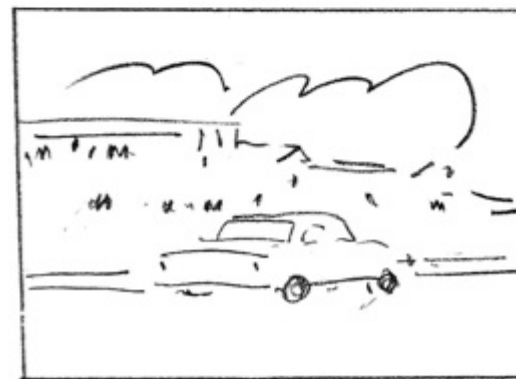
3



4



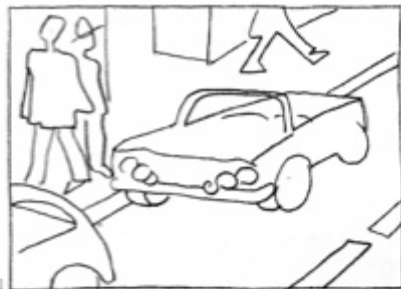
5



## Riprese d' autore

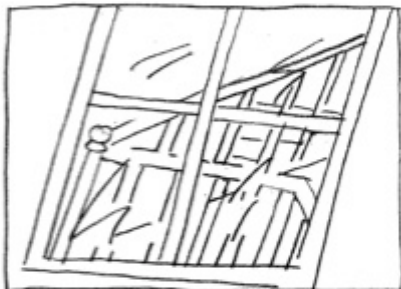
Probabilmente sceglierebbe un piano sequenza montando la m.d.p. su una gru: totale dall' alto dell' auto parcheggiata.

1



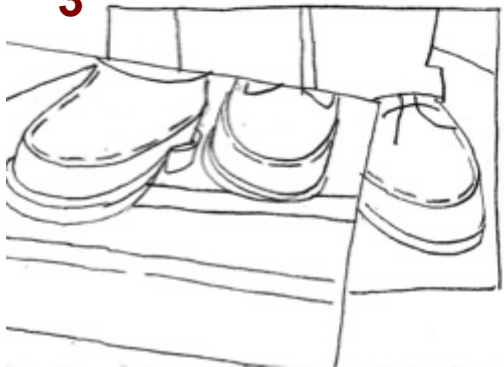
Carrellata all' indietro.

2



Panoramica sul pianerottolo al passaggio dell' uomo.

3

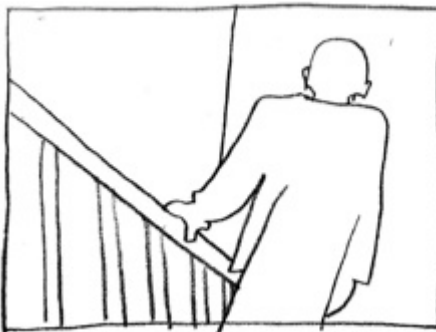


4



5

L' uomo supera la camera che continua a seguirlo di spalle.



6

7



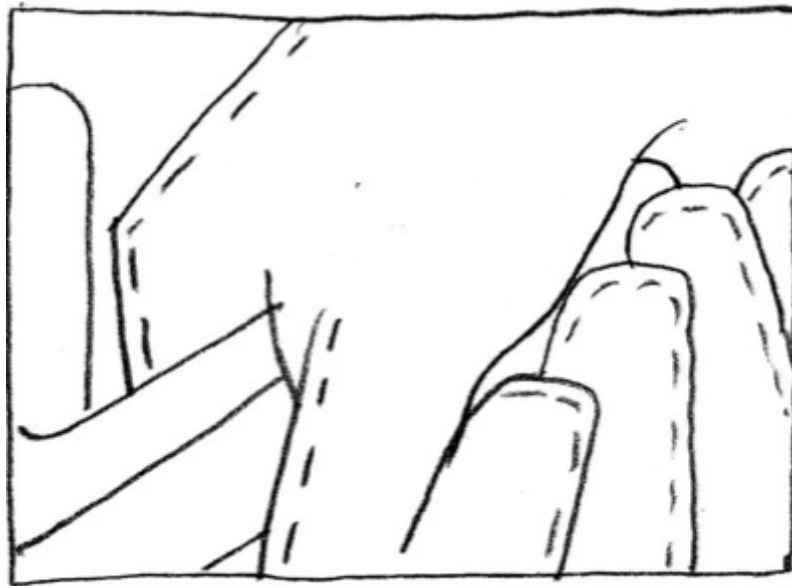
8



L' uomo sale sull' auto e se ne va.

## Riprese thriller

Probabilmente un regista di thriller girerebbe la scena di notte facendo molto uso di grandangoli.



Dettaglio degli occhi dell' uomo.



2

Totale dall' alto sul pianerottolo.



3

Campo medio dal basso dell' uomo che scende le scale.



4

1



## Riprese pubblicitarie

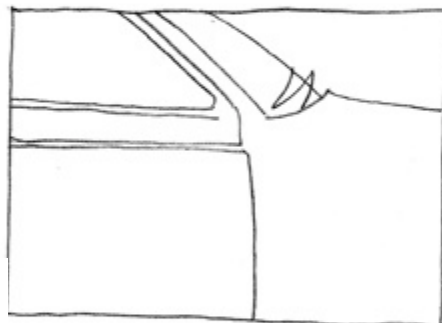
Nel caso del regista pubblicitario, si farà attenzione al prodotto pubblicizzato..

1



Se il prodotto è un'automobile si partirà con l'inquadratura di un lampeggiatore in funzione.

2

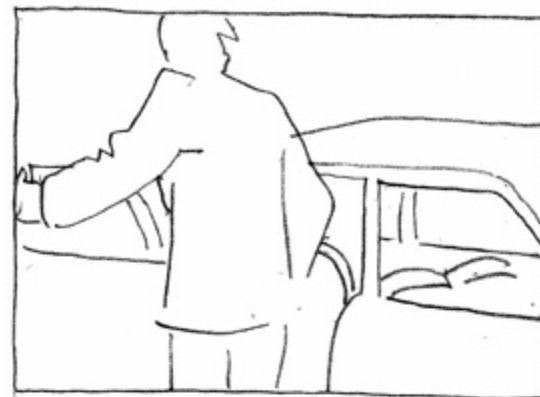


La m.d.p. risale lungo la fiancata fino ad inquadrare l'uomo attraverso il finestrino.

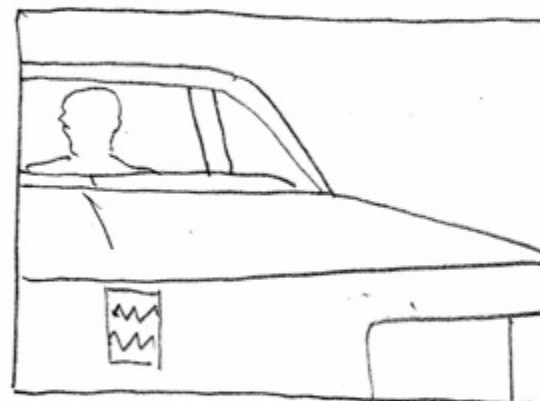
3



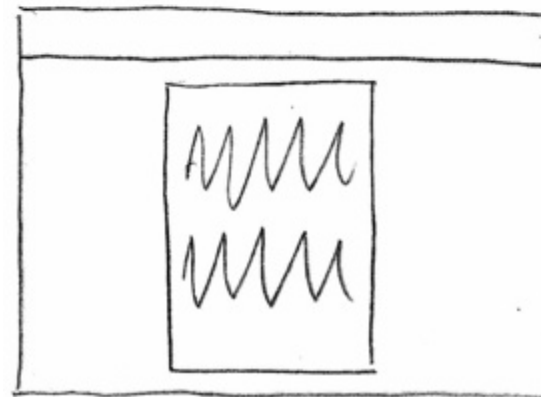
4



5



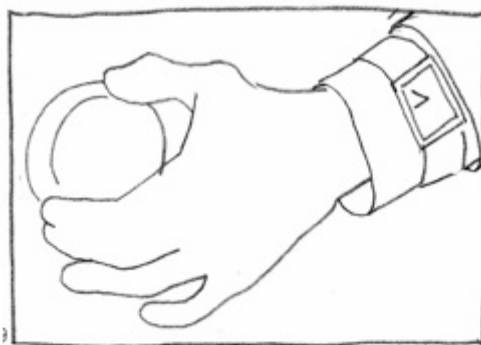
6



## Riprese pubblicitarie

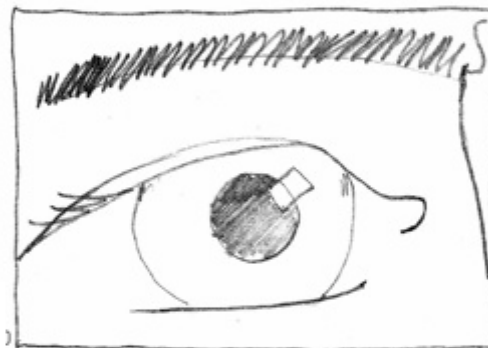
Se si trattasse dello  
spot di un orologio.

1



p.p.p. dell' orologio al polso di una  
mano che chiude una porta.

2

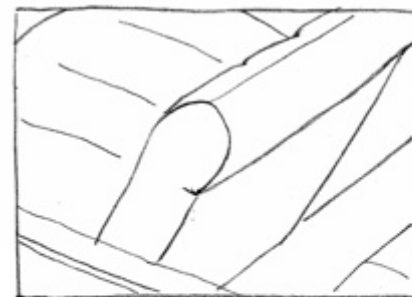


Dettaglio dell' occhio dell' uomo.

3



4



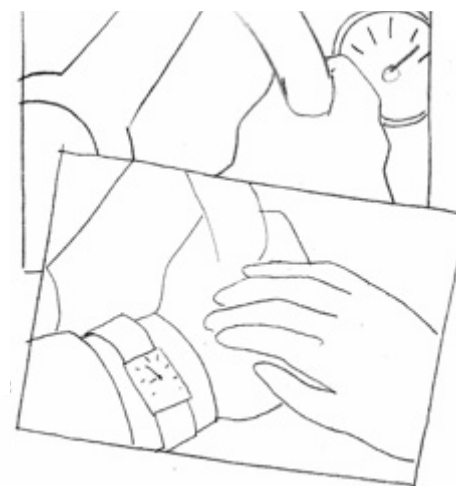
L' uomo sale su un' auto e siede  
accanto a una bella donna.

5



L' uomo appoggia la mano con  
l' orologio al volante, entra in  
campo la mano di lei che lo sfiora.

6



**All' americana**

*Terrazzo Est. Giorno.*

*Veronica e Beatrice si sporgono dalla ringhiera*

**BEATRICE**

**Se qualcuno ci vede, siamo fritte.**

**VERONICA**

**Non stanno guardando noi, Bea. Guardano loro**

*Una donna di una bellezza strepitosa passa in gondola sotto un ponte, e porge un grappolo d' uva al suo prescelto*

*Le ragazze stanno a guardare. Sono sgomente e impaurite; una paura che a tratti si fa vero e proprio orrore*

**BEATRICE**

**Dio non dovrebbe permettere che il peccato sia così bello**

**VERONICA**

**Come dee. Livia, Imperia, Marina...**

**BEATRICE**

**Quelli non sono i loro veri nomi. Li inventano, lo sanno tutti.**

**VERONICA**

**Neanche "Pio" è il vero nome del Papa**

*Beatrice dà una botta a veronica, come per rimproverarla.*

**All' italiana**

*Esterno giorno. Terrazzo*

*Veronica e Beatrice si  
sporgono dalla ringhiera*

*Una donna di una bellezza  
strepitosa passa in gondola  
sotto un ponte, e porge un  
grappolo d' uva al suo  
prescelto*

*Le ragazze stanno a guardare.  
Sono sgomento e impaurite;  
una paura che a tratti si fa vero  
e proprio orrore*

*Beatrice dà una botta a  
veronica, come per  
rimproverarla.*

(tatto da) "the honest courtesan"  
di Jeannine Dominy

**BEATRICE**

Se qualcuno ci vede, siamo fritte.

**VERONICA**

Non stanno guardando noi, Bea.  
Guardano loro

**BEATRICE**

Dio non dovrebbe permettere che il  
peccato sia così bello

**VERONICA**

Come dee. Livia, Imperia, Marina...

**BEATRICE**

Quelli non sono i loro veri nomi. Li  
inventano, lo sanno tutti.

**VERONICA**

Neanche "Pio" è il vero nome del  
Papa



## Per la pubblicità

### VIDEO

*Esterno giorno. Terrazzo  
P.P. di Veronica e Beatrice che si  
sporgono dalla ringhiera*

*Stacco. Campo medio. Una  
gondola passa sotto un ponte.  
A bordo si vede una donna di una  
bellezza strepitosa porge un  
grappolo d'uva al suo prescelto*

*Stacco. Primo piano delle ragazze  
che stanno a guardare. Sono  
sgomente e impaurite; una paura  
che a tratti si fa vero e proprio  
orrore*

*P.P.P. Beatrice che dà una botta a  
Veronica, come per rimproverarla.*

### AUDIO

**Musica:** Vivaldi. La primavera.

**BEATRICE**

Se qualcuno ci vede, siamo fritte.

**VERONICA**

Non stanno guardando noi, Bea.

Guardano loro

**BEATRICE**

Dio non dovrebbe permettere che il  
peccato sia così bello

**VERONICA**

Come dee. Livia, Imperia, Marina...

**BEATRICE**

Quelli non sono i loro veri nomi. Li  
inventano, lo sanno tutti.

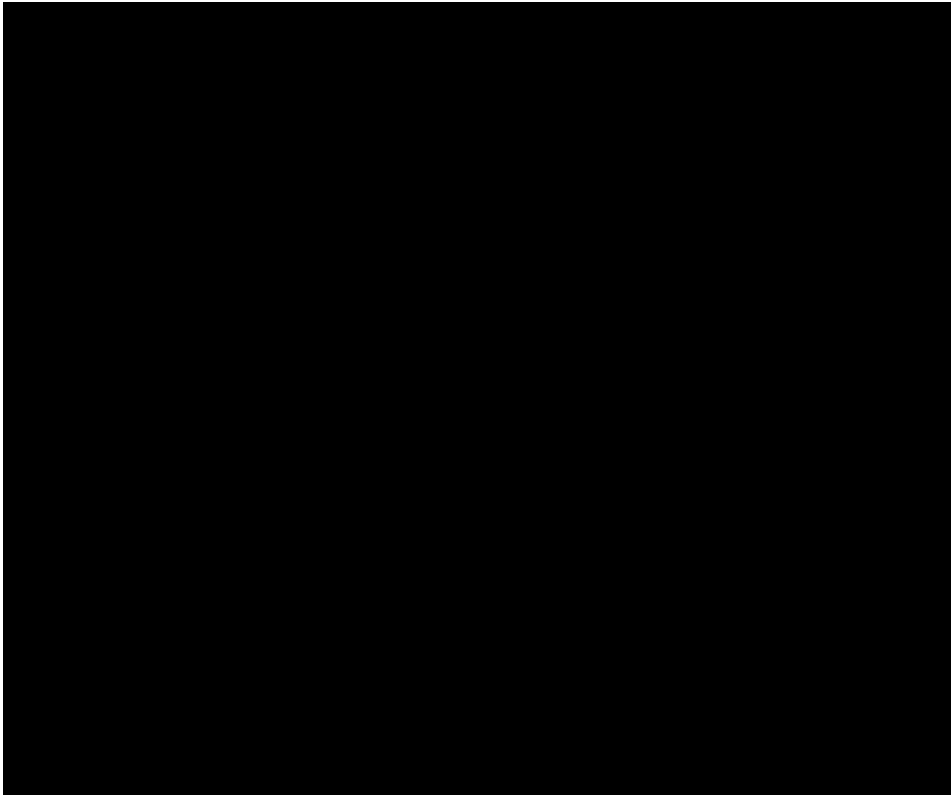
**VERONICA**

Neanche "Pio" è il vero nome del  
Papa

La musica sfuma.

**SFX:** rumori d'ambiente

## Lo script



Un giovane assicuratore seduto alla propria scrivania si annoia aspettando invano la chiamata di qualche cliente. Si allena a sollevare con velocità la cornetta del telefono, ma quando sente finalmente uno squillo si accorge che proviene dall'ufficio accanto...

**Allstate insurance**

## Lo script



Un uomo è infastidito dal ronzare di una mosca mentre beve una tazza di caffè. Prova ad acciuffarla con la mano e ci riesce con soddisfazione. Ma la mosca all'interno della mano sembra avere una forza esagerata. Il braccio dell'uomo è addirittura strattonato dall'incredibile energia del piccolo insetto...

**Fiat MultiJet**

## Lo script



Un cane scopre il tradimento della sua compagna e decide di togliersi la vita. Corre fino all'autostrada e si tuffa nel traffico. Ma l'auto che stà per investirlo, si ferma giusto in tempo.

**Bridgestone**

## Lo script



Un ragazzo con evidenti problemi di calvizie ricerca su yahoo! La parola “capelli”. Lo stesso personaggio esce da un negozio nel centro affollato della città con un’ incredibile capigliatura che non può passare inosservata.

**Yahoo!**





## Apertura

Degli uomini vestiti di nero che ricordano le iene di Quentin Tarantino si avvicinano minacciosi verso un uomo in mutande legato ad una sedia in un capannone in disuso.

**Punto JTD** non chiamatelo diesel



## Presentazione del prodotto

Interrogato sul modello dell'auto persa durante un tentato inseguimento il prigioniero descrive un mezzo scattante e veloce con prestazioni straordinarie per un veicolo diesel.

**Punto JTD** non chiamatelo diesel



## Finale

Gli uomini in nero continuano a torturare il prigioniero. Non credono a una sola parola di quello che dice: non è possibile che un diesel sia così veloce. A un tratto l'uomo interrogato pronuncia il nome dell'auto: JTD. Tutto è chiaro.

**Punto JTD** non chiamatelo diesel



## Packshot

L'automobile è mostrata da tutti i lati all'interno del capannone dove avviene l'interrogatorio. Subito dopo compare l'headline che recita: non chiamatelo Diesel, chiamatelo JTD.

**Punto JTD** non chiamatelo diesel

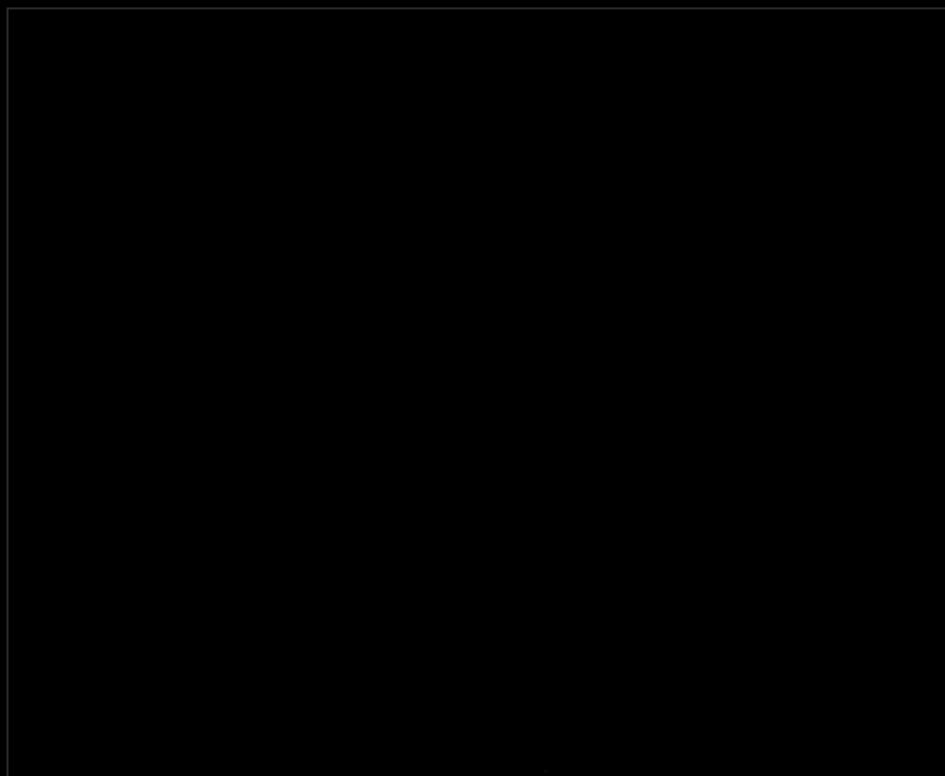


## Ripresa

Gli uomini in nero a bordo di una punto JTD ridono divertiti dell' accaduto continuando a fare il verso alla povera vittima della tortura: JTD, JTD.

**Punto JTD** non chiamatelo diesel







## Apertura

Una giovane donna si dirige verso la propria auto apprestandosi a lavarla. Ad un tratto compare in una nuvola di fumo uno strano personaggio a metà tra un genio ed un eroe dei fumetti.



## Presentazione del prodotto

La donna lancia uno sguardo un po' perplesso al personaggio e mostra soddisfatta il suo elettrodomestico. Non sembra disposta a sostituirlo con le prestazioni del genio in calzamaglia.



## Demo

Il prodotto è messo alla prova in diverse situazioni. La donna lo usa per pulire diverse superfici e ne dimostra la resistenza e l'impermeabilità all'acqua.



## Finale

Il genio molto provato dalla competizione con il piccolo elettrodomestico crolla definitivamente azionando per sbaglio l'apertura del box auto che lo travolge e lo elimina dalla scena.





## Packshot

Il prodotto è mostrato appeso al muro come di solito sono riposti gli strumenti di lavoro quando non sono utilizzati.

Compare in sovraimpressione il marchio dell'azienda ed il payoff del prodotto.

**Ariete** il genio della casa

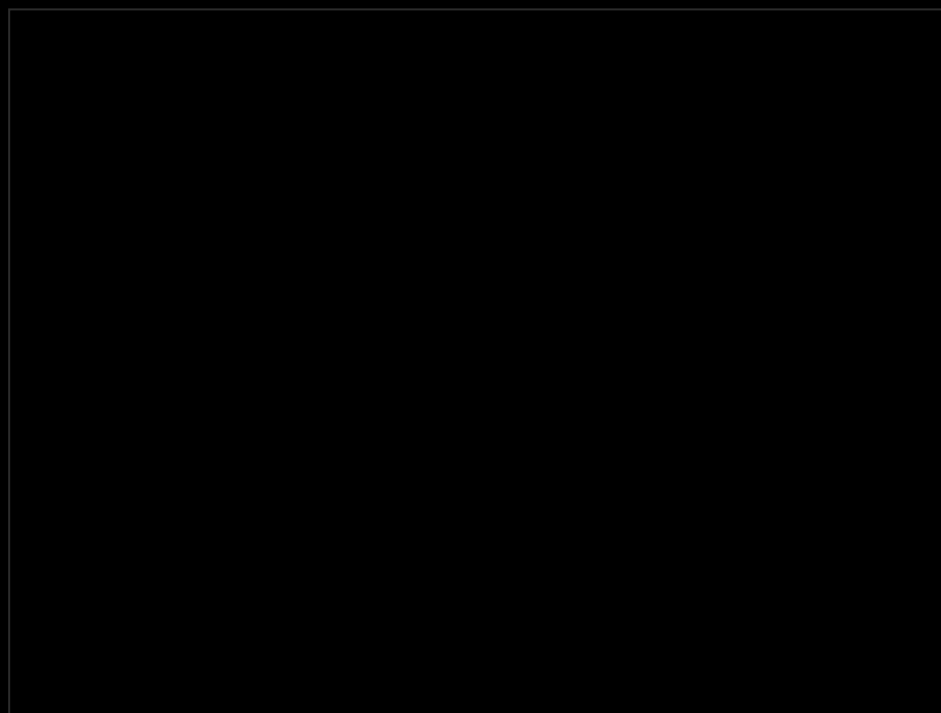


## Ripresa

Un' ultima inquadratura ci fa vedere la donna ed il genio/supereroe finalmente abbracciati e riappacificati.

La sfida può considerarsi terminata e il genio sconfitto riconosce la forza dell' avversario.







VO: What are you doing for your dry,



VO: ... tired, irritated eyes?



WOMAN: Burp!



VO: Why not soothe them with Visine



VO: ... and see what you're missing?

