

**SULLA NECESSITA' DI RICOMPREDERE ANCHE I VIDEOCLIP**  
**TRA LE "OPERE ASSIMILATE" ALL'OPERA CINEMATOGRAFICA**  
**AI SENSI DELL'ART. 46 BIS LDA**  
***(Position Paper a cura di AIR3)***

**SOMMARIO**

1. AIR3 e le ragioni del presente *Position Paper*
2. La genesi dell'art.46 bis LDA
3. Una breve storia dei videoclip
4. Il videoclip quale opera audiovisiva di carattere cinematografico: una panoramica
5. Il processo di realizzazione di un videoclip
6. L'attuale disciplina normativa dei videoclip
7. La giurisprudenza in tema di natura del videoclip
8. La dottrina in tema di natura del videoclip
9. Conclusioni

\*\*\*\*\*

**(1) AIR3 E LE RAGIONI DEL PRESENTE *POSITION PAPER***

AIR3 (*Associazione Italiana Registi*) è un'associazione non riconosciuta, nata nel 2015, che rappresenta oltre 130 registi che operano nell'audiovisivo realizzando film, serie tv, documentari, pubblicità, *branded content*, videoarte, videoclip, cortometraggi.

Lo scopo dell'Associazione è di creare occasioni di aggiornamento artistico, tecnico e di generare nuovi flussi di lavoro; l'evoluzione della figura del regista, la promozione del talento, la

formazione continua e la tutela degli associati sono i principali obiettivi che hanno ispirato la nascita di AIR3.

AIR3 promuove la professionalità degli associati e favorisce la diffusione della regia italiana in ambito locale e internazionale attraverso attività di *networking*, istituzionale e promozionale, sviluppa accordi, idea contenuti, produce progetti con prospettive sociali, commerciali, culturali.

L'Associazione si occupa anche della difesa dei diritti d'autore nonché di condivisione e solidarietà intellettuale. In questa veste AIR3 ha dato vita, negli anni, a numerose manifestazioni<sup>1</sup> ed ha creato legami di partenariato e costruito reti con altre Associazioni<sup>2</sup>.

---

1. Tra le **attività** di AIR3 svolte in questi anni, possono essere ricordate:

VISONAIR3: un evento, 7 proiezioni, 200 progetti artistici dei registi AIR3, più di mille persone; una festa per dire a tutti chi è AIR3, raccontata da chi lavora dietro la macchina da presa.

AIR3 CINEMA CLUB: una rassegna di proiezioni di playlist tematiche, un appuntamento al mese, oltre 800 persone in sala; le migliori scene e video prodotti in tutto il mondo; ospiti e musica, incontri per dar vita a nuovi modi di creare e collaborare.

INDIELAND E WRITER'S ROOM: il percorso "Indieland" è nato con l'obiettivo di avvicinare gli associati al mondo della produzione cinematografica indipendente, creando occasioni di approfondimento, incontro e di sviluppo per i progetti autoriali dei registi associati. L'inizio delle attività del percorso ha coinciso con l'ideazione di una writings room dedicata ai cortometraggi in cui sceneggiatori affermati hanno accompagnato altrettanti gruppi di registi nello sviluppo dei loro progetti di cortometraggio.

BANDO CORTOMETRAGGI: un concorso dedicato ai registi AIR3, una giuria selezionata per ricevere supporto tecnico in produzione e post-produzione dai nostri sponsor; un pitch pubblico di fronte a grandi player del mercato. Un'occasione unica per supportare la realizzazione delle storie dei nostri registi con questi obiettivi:

- . Far emergere e valorizzare il talento dei registi nella scrittura di sceneggiature per opere narrative brevi;
- . Favorire l'incontro e lo scambio professionale con realtà di spicco del mercato audiovisivo;
- . Offrire un sostegno alla produzione, attraverso premi tecnici, per tre o quattro cortometraggi ritenuti meritevoli dalla Giuria.

FUTURO SERIALE: showrunner, sceneggiatori e produttori di successo per due giorni dedicati a come si costruisce una grande serie.

SERIAL EYES: un workshop esclusivo della durata di tre giorni in cui, in lingua inglese e con sceneggiatori internazionali appena usciti dal master di scrittura seriale di Berlino (Serial Eyes), si è affrontato il tema dalla creazione alla scrittura di un documento pronto per il pitch. Il laboratorio è nato con l'obiettivo di sperimentare le tecniche narrative, le metodologie di gruppo e gli strumenti specifici della writer's room e nell'idea generale di costruire collaborazioni interazionali tra sceneggiatori e registi.

CINEMA SHORTS: rassegna con i migliori cortometraggi e documentari brevi realizzati dagli associati; la rassegna si è svolta alla Cascina Martesana di Milano. Fra i tanti titoli in rassegna: "Moths to Flame" di Luca Jankovic e Marco Pellegrino, cortometraggio vincitore del nastro d'argento 2019, dedicato ai momenti precedenti l'allungaggio per due astronauti destinati a entrare nella storia; "BARADAR" di Beppe Tufarulo, storia di due giovani fratelli migranti e delle loro speranze verso il futuro, con il sostegno di Save The Children e UNHCR.

AIR3 è attiva anche a **livello internazionale**.

Grazie ad ADDP, associazione di registi spagnoli che ha chiesto ad AIR3 di collaborare su alcuni temi sensibili come la gestione delle gare pubblicitarie, si è costituito un vero e proprio NETWORK INTERNAZIONALE. La rete si è allargata e ora comprende associazioni di registi di molti altri Paesi tra cui Germania, Argentina, Messico, Norvegia. E' in corso un progetto per la stesura di un manifesto comune. Insieme a CPA, 100 AUTORI, AGIS lombarda, CSC Lombardia (centro

---

CHI-TOWN: un documentario dell'americano Nick Budabin, su quattro anni di vita di un giovane campione di basket di Chicago. AIR3 ha organizzato la proiezione seguita da un collegamento in diretta Skype da Philadelphia con il protagonista del film Keifer Sykes. L'evento ha avuto il patrocinio del Comune di Milano e della Fondazione Cariplo.

CAMPOLARGO: è l'incontro tra gli associati svolto con un facilitatore che aiuta a generare idee e a confrontarsi in un'ottica di partecipazione e volta a mantenere la coscienza del gruppo, la consapevolezza e l'attivazione di un pensiero cooperativo.

FESTIVAL: AIR3 si muove all'interno dei festival su tutto il territorio per proporre collaborazioni e organizzare corsi/panel tenuti dagli associati AIR3; inoltre ha istituito il Premio AIR3 che regala un anno associativo gratuito al migliore regista italiano emergente selezionato tra 6 festival nazionali. La partnership ci ha permesso di presentare l'Associazione su prestigiosi palchi creando opportunità di networking ed eventi ad hoc come proiezioni fuori concorso o Industry days.

AIR3 ACADEMY: è un database di corsi e masterclass, ideati e condotti dai registi associati ad AIR3, indirizzati a scuole di settore, eventi o workshop da organizzare in collaborazione con partner e istituzioni pubbliche e private. Ottimo esempio sono le Summer School 2021 organizzate per conto e all'interno della Civica Scuola di Cinema Luchino Visconti di Milano in collaborazione, appunto, con AIR3.

<https://cinema.fondazionemilano.eu/corsi/summer-school-2021> AIR3 rimane attiva nonostante la pandemia e, in particolare, ha fatto sentire la sua voce con le seguenti importanti iniziative:

CAMPAGNA NO SIGNAL: un video realizzato in collaborazione con CNA Lombardia per chiamare a raccolta i professionisti dell'Audiovisivo e lanciare un messaggio alle Istituzioni: una richiesta inviata alla Regione Lombardia e al Comune di Milano per l'apertura di un tavolo di crisi (<https://www.youtube.com/watch?v=y1NqrbihFvQ>)

LA PRIMA ONDA: le voci di 57 professionisti, 16 dei quali registi AIR3, hanno dato vita ad un'opera cinematografica collettiva per raccontare il primo lockdown. La prima del film è stata presentata a dicembre 2020 all'interno di una serata di incontro e riflessione in cui si è discusso di cinema e comunità: talk, interviste e tavole rotonde sul ruolo del cinema per la costruzione dell'identità comunitaria in questo lungo periodo di emergenza sanitaria. L'intero evento è nato da un'idea di AIR3, Milano Film Festival, MIR Cinematografica, Operà Music con il supporto di BASE Milano, Comune di Milano e Unione Buddhista Italiana. Successivamente La Prima Onda è stato diffuso su Raichannel.

RISTORI A FONDO PERDUTO: AIR3, per la tutela degli interessi dei propri associati, ha presidiato la Regione Lombardia ed è riuscita a far inserire anche i registi tra i beneficiari della misura di ristori a fondo perduto per i lavoratori autonomi con P. Iva individuale.

2. PARTNER TECNICI: MovieChrome, Edi, Soundfish, Artisti7607, Premiere Film, LMK, Metatron, Okidoki Rent, Redigital, Panalight, Base

DIFESA DEI DIRITTI D'AUTORE E SOLIDARIETÀ' INTELLETTUALE: 100Autori, Apmal, Acta, Art Directors Club Italiano, AGICI, CNA, CPA

PARTNERSHIP con accademie di formazione e università: Accaedi, led, Fondazione Milano, Centro Sperimentale di Cinematografia, Raffles Milano, SH scuola Holden, MeetCenter

sperimentale di cinematografia), DOC-IT, FICE (Federazione italiana cinema d'essai), e il COORDINAMENTO CAPI REPARTO per Milano e Lombardia, AIR3 ha costituito il **coordinamento dell'audiovisivo lombardo**.

AIR3 sostiene la battaglia di 100 Autori sulla remunerazione dei diritti d'autore che deve essere agganciata alla diffusione e al successo dell'opera.

Con riferimento ai rapporti con le Amministrazioni, le forze politiche, le Parti Sociali e gli stakeholder, AIR3 ha chiesto alla Regione Lombardia la riorganizzazione di Lombardia Film Commission, l'allargamento della base dei soci della Fondazione a figure professionalmente competenti, l'apertura di uno sportello MIBACT a Milano per l'implementazione del mercato Industry, la creazione di corsi di alta formazione, la produzione di serie tv e una nuova legge regionale sul cinema.

AIR3 comunica all'esterno tramite il sito <https://www.air3.it/> con il quale presenta e promuove gli Associati con i relativi profili e lavori e mostra le proprie iniziative. Il sito è stato recentemente implementato con la sezione *creations*, una pagina in cui i registi hanno la possibilità di caricare il proprio progetto di sceneggiatura in visione per tutte le Case di Produzione interessate (immagine di copertina, sinossi, note di regia ed eventuale *moodboard*, lo strumento utilizzato per esporre al cliente, in forma visiva, la propria idea creativa e trasporre un'atmosfera, un'emozione, un modo di vivere, e una videopresentazione).

Il sito è quindi una vetrina per tutti i registi che caricano i propri materiali e li categorizzano facilitando la ricerca per tag da parte di produttori o creativi. Air3 è inoltre presente con propria pagina sui social più diffusi ossia Facebook<sup>3</sup>, Instagram<sup>4</sup> e LinkedIn<sup>5</sup>.

---

3. <https://www.facebook.com/air3associazioneitalianaregistidirectorsguild/>

4. <https://www.instagram.com/air3directors/?hl=it>

5. <https://www.linkedin.com/in/air3-italian-directors-guild-air3-associazione-italiana-registi-b59b1a122/>

AIR3 è formata da un Consiglio Direttivo<sup>6</sup>, che garantisce un rapido, costante e attento flusso di lavoro per la vita del gruppo e un armonioso rapporto tra AIR3 e la comunità creativa internazionale.

Tra le competenze dei Registi AIR3, assume rilievo ai fini che qui rilevano, la realizzazione dei **videoclip musicali**. In particolare tra gli associati di AIR3 figurano i seguenti Registi, autori di noti videoclip:

**Samuele ROMANO**

Parallel: <https://vimeo.com/479954566>

Toy: <https://vimeo.com/316583232>

**Geremia VINATTIERI**

Ghiaccio - Penisola Spleen: <https://www.youtube.com/watch?v=HolZorYdyrE>

Matteo Carmignani - Il Posto al Sole: <https://www.youtube.com/watch?v=Jrwb2utGMA0>

Alessandro Cenedese – Outrun: <https://www.youtube.com/watch?v=eLD5eYP95xw&t=1s>

**Matteo Bruno BELLESIA**

Le Vibrazioni – Dov'è: <https://www.youtube.com/watch?v=ffC3eV4V8L0>

Le Vibrazioni – Per fare l'amore: <https://www.youtube.com/watch?v=DrK8njidoqM>

**Massimo ZAMBIASI**

Figli dei Fiori Finti – Cities: <https://vimeo.com/246975288>

Figli dei Fiori Finti – Equilibrio: <https://vimeo.com/200952971>

---

6. L'attuale Comitato Direttivo è così composto: Carlo A. Sigon Presidente, Antonino Valvo Vicepresidente, Nicolò Bravetta, Giovanni Esposito, Maki Gherzi, Luca Lucini, Nicolò Malaspina, Filippo Pascuzzi, Samuele Romano, Armando Trivellini

**Edoardo SANDULLI**

Anewrage – Covet: <https://www.youtube.com/watch?v=Pwb-8qXczCY>

Gli Occhi degli Altri - Sonnambuli: <https://www.youtube.com/watch?v=CuXUMeE5ljA>

**Marco SALOM** ([https://it.wikipedia.org/wiki/Marco\\_Salom](https://it.wikipedia.org/wiki/Marco_Salom))

Ligabue: Luci d'America: <https://www.youtube.com/watch?v=Z38918BOI1o>

Elisa – Sometime ago: <https://www.youtube.com/watch?v=pQWSBNRLaS4>

Skin – Tear down these houses: [https://www.youtube.com/watch?v=0OI\\_RnyKUTM](https://www.youtube.com/watch?v=0OI_RnyKUTM)

Chiara Galiazzo - Il rimedio, la vita e la cura: <https://www.youtube.com/watch?v=7ifTDsmQmJs>

Arisa – Ricominciare ancora: <https://www.youtube.com/watch?v=aK2YiJz1Sho>

Ligabue - Il mio pensiero: <https://www.youtube.com/watch?v=cvHPFfiv708>

**Jacopo RONDINELLI**

Max Gazzè - La vita com'è: <https://www.youtube.com/watch?v=OasjwepNJyI>

Salmo feat. Gemitaiz e Madman - Killer Game: <https://www.youtube.com/watch?v=IPi9dBjYHWc>

Eros Ramazzotti - Alla fine del mondo: <https://www.youtube.com/watch?v=ApiWBkMyEnE>

**Andrea GALLO**

Il Pagante - Portofino: <https://youtu.be/gLQuK9gApxA?t=51>

Junior Cally - Amore di mezzo: <https://youtu.be/254hLuFs89g>

MamboLosco – Boro Boro: <https://www.youtube.com/watch?v=tU3vIfLuHal>

**Luca PIVETTI**

Facciascura – Intercapedine: <https://vimeo.com/84386100>

Neiv – Isola: <https://vimeo.com/70618767>

Facciascura – Il cielo: <https://vimeo.com/21589549>

**Vittorio BADINI CONFALONIERI**

Morgan – Altrove: <https://vimeo.com/42186763>

Il Nucleo: Cambiano le cose: <https://vimeo.com/45295146>

Afterhours – Quello che non c'è: <https://www.youtube.com/watch?v=DVRf6zoFbyE>

Daniele Silvestri: Kunta Kinte: <https://www.youtube.com/watch?v=--FAhDMhJSo>

### **Carlo Arturo SIGON**

Elio e le Storie Tese - Discomusic: <https://vimeo.com/155793538>

Elio e le Storie Tese - La Visione: <https://vimeo.com/155798282>

Elio e le Storie Tese - La Bella Canzone di una Volta: <https://vimeo.com/156526626>

Elio e le Storie Tese – Tapparella: <https://www.youtube.com/watch?v=g6i3JTF8-tA>

### **Michele PIAZZA**

Pierdavide Carone - Buonanotte: <https://youtu.be/Ql-BhioTUro>

Nomadi - Frasi nel fuoco: <https://youtu.be/wv8nNSgY3nU>

Ronnie Grace – Granted: <https://www.youtube.com/watch?v=siHIJ1wdgkg>

### **Marco MUCIG**

Dellacasa Maldive - Un anno fa: <https://www.youtube.com/watch?v=B85IEHv3B98>

Amari - Aspettare aspetterò: <https://vimeo.com/59478689>

Ex-Otago - Giorni Vacanzeri: <https://vimeo.com/237407567>

### **Cosimo ALEMÀ**

GN -Ogni tanto: <https://vimeo.com/512732301>

Ligabue – Per sempre: <https://www.youtube.com/watch?v=apdyOsgt7xQ>

Subsonica – Istrice: <https://www.youtube.com/watch?v=DcxF1vYTb7g>

Fabri Fibra – Fenomeno: <https://www.youtube.com/watch?v=EJmRU9vOsgo>

Per il ruolo e le attività sopra illustrate, AIR3 ritiene di essere **un'associazione adeguatamente rappresentativa per farsi portatrice in ogni sede istituzionale delle istanze e degli interessi dei**

**propri associati** ed in particolare, ai fini che qui rilevano, per sottoporre all'attenzione della SIAE il presente Position Paper, finalizzato a sensibilizzare questa Società ad aprire un dibattito **sulla necessità di estendere l'attuale ambito di applicazione dell'equo compenso disciplinato dall'art. 46 bis anche ai Videoclip musicali e, dunque, a remunerare anche i registi autori di videoclip sulla base di questa norma.**

\*\*\*\*\*

## (2) LA GENESI DELL'ART. 46 BIS LDA

L'art. 46 bis è stato introdotto nella Legge sul Diritto d'Autore dal d.lgs. 23 ottobre 1996 n. 581 emanato dal Legislatore al fine di attuare la Direttiva 89/93CE per il coordinamento di alcune norme in materia di diritto d'autore e diritti connessi applicabili alla radiodiffusione via satellite e alla ritrasmissione via cavo.

Per quanto tale Direttiva non prevedesse alcuna disposizione al riguardo, l'art. 16 della legge comunitaria 52/1996, nell'indicare al legislatore delegato i principi e criteri direttivi della sua attuazione, sanciva, tra l'altro, che:

*“c) saranno emanate disposizioni che prevedano un equo compenso a favore degli artisti interpreti ed esecutori che abbiano svolto le loro interpretazioni in opere cinematografiche e audiovisive per l'utilizzazione delle stesse nelle emittenti televisive che trasmettono via etere, via cavo e via satellite;*

*d) l'equo compenso di cui alla lettera c) è riconosciuto anche agli autori delle opere cinematografiche e audiovisive in caso di cessione al produttore dei diritti esclusivi e qualora vi sia utilizzazione delle stesse nelle emittenti televisive che trasmettono via etere, via cavo e via satellite”.*

Il governo ha fatto uso di questa delega per emanare dapprima il citato d.lgs 581/96 che introduceva nella Legge del Diritto d'Autore l'art. 46 bis secondo il seguente testo:



*“Fermo restando quanto stabilito dall'art. 45, agli autori di opere cinematografiche ed audiovisive, in caso di cessione del diritto di diffusione al produttore, spetta, per ciascuna utilizzazione delle opere stesse a mezzo della comunicazione al pubblico via etere, via cavo e via satellite, un equo compenso a carico del produttore o del cessionario dei suoi diritti. Salvo diverso accordo tra le parti, tale compenso è determinato, riscosso e ripartito secondo le norme del regolamento.”*

La legge delega attribuiva tuttavia al Governo, all'art.1.5, il potere entro due anni dalla sua entrata in vigore di “emanare disposizioni integrative e correttive”, cosicché, con il D. Lgs. 26 maggio 1997, n. 154, e dunque dopo appena sette mesi dalla sua entrata in vigore, il testo dell'art. 46 bis veniva novellato secondo il suo testo attuale che così recita:

*“1. Fermo restando quanto stabilito dall'articolo 46, in caso di cessione del diritto di diffusione al produttore, spetta agli autori di opere cinematografiche e assimilate un equo compenso a carico degli organismi di emissione per ciascuna utilizzazione delle opere stesse a mezzo della comunicazione al pubblico via etere, via cavo e via satellite.*

*2. Per ciascuna utilizzazione di opere cinematografiche e assimilate diversa da quella prevista nel comma 1 e nell'articolo 18-bis, comma 5, agli autori delle opere stesse spetta un equo compenso a carico di coloro che esercitano i diritti di sfruttamento per ogni distinta utilizzazione economica.*

*3. Per ciascuna utilizzazione di opere cinematografiche ed assimilate espresse originariamente in lingua straniera spetta, altresì, un equo compenso agli autori delle elaborazioni costituenti traduzione o adattamento della versione in lingua italiana dei dialoghi.*

*4. Ciascun compenso tra quelli previsti dai commi 1, 2 e 3 non è rinunciabile e, in difetto di accordo da concludersi tra le categorie interessate quali individuate dall'articolo 16, primo comma, del regolamento, è stabilito con la procedura di cui all'articolo 4 del decreto legislativo luogotenenziale 20 luglio 1945, n. 440.”*

Con la novella del 1997, dunque, non solo è stato spostato l'onere di pagamento dell'equo compenso dal produttore dell'opera cinematografica al suo **utilizzatore**, ma tale onere è stato limitato alle sole *“opere cinematografiche e assimilate”*, con esclusione, dunque, delle opere che, pur avendo carattere audiovisivo, non possono considerarsi **“assimilate”** alle opere cinematografiche.

L'equiparazione alle opere cinematografiche di quelle assimilate si rinviene anche nell'art. 32 LDA, secondo cui *“Fermo restando quanto stabilito dall'articolo 44, i diritti di utilizzazione economica dell'opera cinematografica o assimilata durano sino al termine del settantesimo anno dopo la morte dell'ultima persona sopravvissuta fra le seguenti persone: il direttore artistico, gli autori della sceneggiatura, ivi compreso l'autore del dialogo, e l'autore della musica specificamente creata per essere utilizzata nell'opera cinematografica o assimilata”*.

Nessuna norma di Legge primaria o secondaria, a quanto ci risulta, fornisce una **definizione di “opera assimilata”** all'opera cinematografica, né chiarisce quali requisiti essa debba possedere ai fini di tale assimilazione.

Un primo aiuto interpretativo proviene dalla Convenzione di Berna per la protezione delle opere letterarie e artistiche del 9 settembre 1986 che, nel testo attuale dell'art. 2, chiarisce che l'espressione "opere letterarie ed artistiche" comprende, tra l'altro, le opere cinematografiche, *“alle quali sono assimilate le opere espresse mediante un procedimento analogo alla cinematografia”*, così mostrando di attribuire rilievo decisivo, ai fini della assimilazione all'opera, alla *“modalità espressiva di cui l'opera è portatrice”*<sup>7</sup>.

Ancora più esplicito, pur trattandosi a rigore di disposizione di natura meramente pattizia, risulta lo Statuto della SIAE il cui art. 8 stabilisce che: *“sono considerate appartenenti alla sezione Cinema i seguenti tipi di opere: opere cinematografiche e opere a queste assimilate, che*

---

7. Così FRAGOLA, *Aspetti giuridici dell'audiovisivo*, in *Il Dir. Aut.*, 1991, 323

comprendono le opere a contenuto narrativo o documentaristico realizzate appositamente per la distribuzione o per la comunicazione al pubblico con qualunque mezzo audiovisivo, con l'apporto creativo congiunto dei coautori dell'opera cinematografica indicati dall'art. 44 della legge n. 633 del 1941 e successive modificazioni, che producono risultati espressivi analoghi a quelli dell'opera cinematografica."

Alla luce di tale previsione, sembrerebbero essere tre i requisiti che un'opera audiovisiva debba possedere per essere assimilata ad un'opera cinematografica:

- 1) deve essere un'opera a contenuto narrativo o documentaristico realizzata appositamente per la distribuzione o per la comunicazione al pubblico con qualunque mezzo audiovisivo;
- 2) deve essere stata realizzata con l'apporto creativo congiunto dei coautori dell'opera cinematografica;
- 3) infine, deve produrre risultati espressivi analoghi a quelli dell'opera cinematografica.

Una elencazione delle opere assimilate che soddisfano tali requisiti si trova nell'all. 2 dell'ACCORDO EQUO COMPENSO EX ART. 46 – BIS LDA PER IMPRESE DI DIFFUSIONE TELEVISIVA emanato dalla Sezione Cinema della SIAE.

**ALLEGATO 2**

**CATEGORIE DI OPERE TUTELATE**

CATEGORIA	OPERE
I	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Film di lungo o cortometraggio – a soggetto, di animazione, a carattere documentario o di montaggio – destinati alla sala</li> <li>- Film per la tv</li> <li>- Miniserie in due puntate</li> </ul> <p><i>(od opere di identica natura comunque denominate)</i></p>
II	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Telefilm, miniserie e serie televisive da 3 a 12 puntate</li> <li>- Serie televisive da oltre le 13 puntate</li> <li>- Serie di animazione</li> <li>- Sitcom</li> <li>- Documentari televisivi unitari – anche diffusi in più Parti ed anche se inseriti all’interno di programmi contenitore – di genere storico, naturalistico, artistico, scientifico, d’inchiesta (costituiti da ricostruzione di fatti o personaggi, con o senza elementi di drammatizzazione)</li> <li>- Opere televisive a carattere documentario articolate in più puntate con continuità drammatica tra le puntate (Docufiction)</li> </ul> <p><i>(od opere di identica natura comunque denominate)</i></p>
III	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Soap opera, telenovelas</li> </ul> <p><i>(od opere di identica natura comunque denominate)</i></p>

Se è indubbio che le opere indicate in tale elenco possano considerarsi a tutti gli effetti opere assimilate ad opere cinematografiche, riteniamo che una simile qualifica la meritino **anche i videomusicali o “videoclip”**, presentando anch’essi i requisiti necessari per tale qualificazione, per le ragioni che qui di seguito illustreremo.

\*\*\*\*\*

### (3) UNA BREVE STORIA DEI VIDEOCLIP

#### I BEATLES E LA NASCITA DEL VIDEOCLIP QUALE PRODOTTO DELL'INDUSTRIA CULTURALE.

I precursori del videoclip contemporaneo sono i “soundies” (cortometraggi abbinati a brani musicali trasmessi da un rudimentale videojuke-box detto panorama soundie a partire dagli anni 40 negli Stati Uniti), gli scopitone (corrispettivi francesi dei soundies girati in technicolor e sperimentati a partire dal 1958) e le performance che sopperivano all'assenza delle band in studio in alcuni celebri show televisivi degli anni sessanta come Ready Steady Go! (trasmesso dalla BBC) o l'Ed Sullivan Show, è probabilmente ai **Beatles** che si deve la nascita del videoclip quale autonoma opera dell'ingegno.

I Fab Four nel 1964 interpretano infatti il loro primo film A Hard Day's Night, diretto da Richard Lester. Filmato in bianco e nero e presentato come un mock documentary, è interrotto da numeri comici e di dialogo con un'attitudine prettamente musicale. Queste sequenze forniranno la base strutturale sulla quale saranno ideati molti videoclip negli anni a venire.

Il secondo film dei Beatles intitolato Help! (1965) fu filmato a colori a Londra e in location internazionali. La canzone che dà il titolo al film è filmata in bianco e nero ed è probabilmente l'archetipo completo delle moderne performance che si possono vedere nei video musicali, per l'impiego di un linguaggio più complesso come quello del montaggio alternato in funzione ritmica, in contrasto a piani più lunghi e primi piani e soprattutto per angolature non convenzionali della macchina da presa. Per esempio i 50 secondi in cui la mano sinistra di George Harrison e il manico della chitarra si vedono chiaramente a fuoco mentre sullo sfondo l'immagine di John Lennon che canta è completamente fuori fuoco.

Nel 1965 i Beatles cominciano a realizzare clip promozionali per la distribuzione e la trasmissione in altri paesi per promuovere i propri lavori senza per forza dover fare delle apparizioni live. Quando smetteranno di fare concerti alla fine del 1966, i loro filmati promozionali diventeranno ancora più ricchi e complessi. Nel maggio del 1966 gireranno due set di clip promozionali a colori per il loro singolo del momento Rain/Paperback Writer diretti da Michael Lindsay-Hogg.

Altri clip promozionali a colori erano quelle di Strawberry Fields Forever e Penny Lane, realizzate all'inizio del 1967 e dirette da Peter Goldman operazione che porta il formato del film promozionale dedicato alla musica ad un nuovo livello di realizzazione. Qui vengono infatti utilizzate tecniche tipiche del cinema d'avanguardia, tra cui slow motion e reverse recording angolature non convenzionali, filtri colore aggiunti in post-produzione.

Sull'esempio dei Beatles, altri noti artisti iniziarono a realizzare videoclip di successo, tra cui va sicuramente citato il celebre clip in bianco e nero di **Bob Dylan** del brano Subterranean Homesick Blues che, senza narrazione e performance, mostra Dylan in un vicolo urbano mentre sfoglia in sequenza una serie di cartelli di grandi dimensioni che mostrano alcune parole dal testo della canzone.

Molti altri inserti filmati a scopo promozionale e realizzati per sostituire le apparizioni televisive live delle band furono realizzati da artisti inglesi come per esempio i **Pink Floyd** con i clip di San Francisco: Film, diretta da Anthony Stern, Scarecrow, Arnold Layne e Interstellar Overdrive, l'ultima diretta da Peter Whitehead, lo stesso che aveva girato numerosi clip pionieristici per i Rolling Stones tra il 1966 e il 1968.

Sempre in Inghilterra i **Kinks** realizzano il loro primo promo clip narrativo per il singolo Dead End Street (1966) una sorta di piccolo film comico in miniatura. Gli **Who** appaiono in numerosi clip in questi anni, a cominciare dal 1965 con I Can't Explain mentre in Happy Jack si vede la band interpretare un manipolo di ladri. Il promo film intitolato Call Me Lightning racconta la storia di

come il batterista Keith Moon entra a far parte della band: gli altri tre membri della band consumano tea in quello che sembra un hangar abbandonato, quando improvvisamente Keith Moon balza fuori da una scatola in una scena dai chiari riferimenti Slapstick.

I **Rolling Stones** appaiono in molti clip promozionali dei tardi anni '60. Nel 1967 Peter Whitehead dirige un clip narrativo per il singolo We Love You, trasmesso nell'agosto dello stesso anno e diviso tra immagini da studio realizzate a velocità accelerata dove si vede la band che suona, e l'allestimento di un processo che allude alle accuse ricevute da Mick Jagger e Keith Richards per uso di droghe. L'allora fidanzata di Jagger, Marianne Faithfull appare nel processo e presenta il "giudice" (Richards). La band realizza anche un promo a colori per la canzone 2000 Light Years from Home (dall'album Their Satanic Majesties Request) diretta da Michael Lindsay-Hogg.

Nel 1968 la band collabora con Jean-Luc Godard nel film Sympathy for the Devil, che mette insieme la poetica di Godard con alcune sequenze documentaristiche che raccontano l'evoluzione della canzone durante le session di registrazione.

Tra il 1972 e il 1973 **David Bowie** partecipa a numerosi promo clip diretti dal fotografo Mick Rock. I video di Mick Rock hanno la particolarità di inventarsi un linguaggio visionario, che pur partendo dalle immagini girate in studio, giocano molto con la relazione tra immagine e astratta e suono; in questo senso Space Oddity che filma la consolle di uno studio di registrazione come se fosse una sorta di navicella spaziale, è uno dei precursori del moderno videoclip anti-narrativo per stile e linguaggio.

A dare impulso alla popolarità e alla diffusione del videoclip contribuì anche il celeberrimo show inglese **Top of the Pops** che cominciò la sua programmazione nel 1970. Così ad esempio, nel 1980, David Bowie raggiunge il numero uno delle charts grazie al video diretto da David Mallet come promo per Ashes to Ashe, mentre nel 1975 i Queen chiedono al regista televisivo Bruce

Gowers di realizzare un video per il loro singolo Bohemian Rhapsody per la diffusione su Top of the Pops; il video diventerà noto per essere stato interamente girato e montato su videotape.

\*\*\*

### **GLI ANNI OTTANTA E L'AVVENTO DI MTV.**

Con la nascita di **MTV** che il 1° agosto 1981 ironicamente apriva le proprie trasmissioni con il videoclip Video Killed the Radio Star dei Buggles, e di altre televisioni musicali il videoclip negli anni ottanta assume sempre maggiore importanza nelle strategie di lancio promozionale dei brani musicali e si evolve fortemente dal punto di vista artistico.

Si può dire che il sottile muro che separa il videoclip dall'opera cinematografica viene definitivamente sfondato nel 1983, con la realizzazione del videoclip del brano *Thriller* di **Michael Jackson**, il primo con un alto budget di produzione, studiato e girato come un vero film dal regista John Landis.

I registi di videoclip di questo periodo cominciano ad espandere la forma e lo stile del genere, utilizzando effetti sempre più sofisticati, mixando tecniche di ripresa tradizionale e tecniche native della nascente tecnologia video; l'era catodica del videoclip si sviluppa verso una forma non rappresentativa e quindi astratta dove l'artista non sempre veniva mostrato: esempi dei primi anni 80 in questo senso sono il video di Bruce Springsteen per il singolo Atlantic City, diretto da Arnold Levine, quello di David Mallet per David Bowie e per i Queen intitolato Under Pressure, il clip diretta da Ian Emes per i Duran Duran in occasione del lancio del singolo The Chauffeur. mentre nei tardi anni 80 Bill Konersman sempre in questa direzione non rappresentativa, girerà per Prince l'innovativo video di Sign o' the Times, che mostra solo il testo della canzone in forma grafica e animata.



Il 1984, MTV lanciò gli **MTV Video Music Awards** l'evento annuale che consacrerà non solo l'importanza di MTV nell'industria musicale, ma anche il videoclip quale autonomo prodotto artistico e culturale.

Altro importante contenitore tematico sarà **The Chart Show** sul canale britannico Channel 4 lanciato nel 1986, primo contenitore britannico di soli videoclip senza presentatore. Ma la prima emittente televisiva musicale d'Europa, nasce in Italia nel 1984 e viene fondata da Pier Luigi Stefani e Marialina Marcucci, figlia di un imprenditore toscano, Guelfo Marcucci, l'emittente si chiama Videomusic.

\*\*\*

#### **GLI ANNI NOVANTA: IL DEFINITIVO RICONOSCIMENTO DEL CARATTERE AUTORIALE DEL VIDEOCLIP.**

Nel novembre del 1992, MTV comincia ad indicare i registi dei video insieme ai crediti dell'artista e della canzone, sintomo di un cambiamento epocale che comincia a considerare il regista di videoclip come un autore tout court.

Il videoclip assume una sua estetica sempre più delineata, grazie a registi come Chris Cunningham, Michel Gondry, Spike Jonze, Floria Sigismondi, Stéphane Sednaoui, Mark Romanek e Hype Williams che hanno tutti esordito in questi anni, portando un contributo espressivo personale all'arte del videoclip.

Si registra così, a partire dagli anni novanta una singolare inversione di tendenza per cui il videoclip, dopo avere rotto le barriere con la narrazione cinematografica ed averne acquisito il linguaggio, inizia ad assumere un linguaggio espressivo ed estetico proprio che finisce per influenzare lo stesso mezzo cinematografico.

Molti dei registi cinematografici che si affermano a partire dagli anni novanta provengono proprio dal mondo dei videoclip e portano nei loro film diverse soluzioni artistiche proprie del mondo dei videoclip: basti pensare al montaggio frenetico<sup>8</sup>, allo split screen e alla molteplicità dei piani spazio-temporali<sup>9</sup>.

\*\*\*

### DAGLI ANNI 2000 AD OGGI: IL VIDEOCLIP NELL'ERA DI INTERNET

Il lancio di **YouTube** è del 2005, insieme ad altri portali ha consentito la visione veloce ed efficiente di moltissimo materiale audiovisivo, tra i portali più noti in questo senso Google Video, Yahoo! Video, Dailymotion, Vimeo e le funzionalità audiovisive prima introdotte da Myspace e in seguito da Facebook e altri social network. Si tratta di un'evoluzione che ha avuto molta influenza sulla fruizione ma anche sulla realizzazione dei video musicali. La band degli OK Go esemplifica questa tendenza e questo processo avendo ottenuto successo attraverso due video diffusi esclusivamente online tra il 2005 e il 2006, ovvero A Million Ways e Here It Goes Again.

MTV stessa comincia a fornire servizio streaming dei video, e YouTube negli anni diventa, attraverso il canale Vevo il principale veicolo di lancio per le novità videomusicali.

La crescita della rete Internet aumenta l'interesse per i cosiddetti user-generated video grazie ai canali partecipativi come YouTube, questo consente a molte realtà costituite come indipendenti di registrare session live e di presentarle direttamente su web. Esempi di questa nuova tendenza creativa sono il francese Vincent Moon che lavora per il The Take-Away Shows e per il In the Van sessions, alcuni raccolti nel canale francese La blogoteque e visitabili sul canale

---

8. Cfr. KAY DICKINSON, Middlesex University, UK, *Pop, Speed and the "MTV Aesthetic" in Recent Teen Films* <https://www.nottingham.ac.uk/scope/documents/2001/june-2001/dickinson.pdf>

9. Cfr. ANDREA CENTONZA, *dal videoclip al cinema: storia di un'influenza ambigua* <https://www.npcmagazine.it/dal-video-clip-al-cinema-ambigua-spazio-temporale/>

Vimeo dell'autore oppure lo show tedesco VPRO che registra session di autori famosi negli ascensori e in altre piccole location non convenzionali nello stile del guerrilla filmmaking.

*Come è stato rilevato, “Dopo i fasti degli anni Novanta, epoca decisiva che impone la figura del videomaker e che è caratterizzata da produzioni ricchissime celebrate dai canali tematici, MTV in testa, negli anni Zero la situazione si è profondamente modificata: i budget sono diventati più contenuti e la televisione ha progressivamente smesso di essere il canale privilegiato di diffusione della videomusica. YouTube ha reso il mutamento in atto davvero radicale perché ha imposto una logica completamente nuova, quella della viralità. Oggi tanto più un video è cliccato tanto più determina un profitto per l’artista. Il clip punta dunque alla viralità, deve rendersi appetibile: questo fenomeno ha fatto sì che le idee e le provocazioni divenissero la materia prima e il motore propulsivo della videomusica contemporanea. Quella di YouTube è un’epoca che impone, per questi motivi, una nuova estetica, oltre a modificare le modalità di fruizione del videoclip, visto che il potenziale spettatore, potendo scegliere quando e cosa vedere, assume un ruolo attivo impensabile al tempo di MTV”<sup>10</sup>.*

\*\*\*

#### **(4) IL VIDEOCLIP QUALE OPERA AUDIOVISIVA DI CARATTERE CINEMATOGRAFICO: UN PANORAMICA**

Il video di *Thriller* di John Landis rappresenta una indubbia cesura temporale nella storia dei videoclip. Da una serie di immagini finalizzate esclusivamente ad accompagnare il brano musicale, nella generalità dei casi incentrate esclusivamente sulla performance dell’artista, il videoclip assume un contenuto artistico autonomo, con il compito di raccontare una storia, di veicolare un

---

10. LUCA PACILIO (intervista a) *Il videoclip nell’era di youtube, quando l’avanguardia diventa virale*  
[https://www.glistatigenerali.com/cinema\\_media\\_musica/il-video-clip-nellera-di-youtube-quando-lavanguardia-diventa-virale/](https://www.glistatigenerali.com/cinema_media_musica/il-video-clip-nellera-di-youtube-quando-lavanguardia-diventa-virale/)

messaggio o anche solo di stimolare l'immaginazione visiva dello spettatore attraverso nuovi linguaggi ed effetti speciali, così emancipandosi dal brano musicale che lo accompagna.

Anche sul piano del linguaggio utilizzato, i riferimenti e la commistione con il cinema diventano sempre più stretti. Il capostipite è comunemente individuato nel celebre video del regista Jonathan Glazer, per "A Song for The Lovers" di Richard Ashcroft", in cui si è spettatori di un vero e proprio short movie, con un linguaggio preso dal cinema "indie" cinema e l'introduzione di suoni di presa diretta. A partire da questo video, i registi hanno iniziato a lavorare su "intro" e "outro" molto lunghe esterne alla canzone, interruzioni del brano, e quant'altro mettesse in chiaro da subito che il brano poteva anche essere elemento comprimario e non assoluto protagonista dell'opera.

Sempre di ispirazione fortemente cinematografica, può essere ricordato, negli anni '80. il video di "Smalltown Boy" dei Bronski Beat diretto da Bernard Rose, che viene considerato come antesignano del neo-realismo nei videoclip, in un decennio caratterizzato proprio da un trend di segno contrari ed orientato verso le atmosfere oniriche.

L'ultima corrente in ordine temporale, sembra essere quella del "docu-reportage" in cui il video viene utilizzato per veicolare messaggi sociali di forte impatto, utilizzando il linguaggio documentaristico indipendente tipico dei video autoprodotti caricati sulle piattaforme social.

Qui di seguito, forniamo in ogni caso un elenco di alcuni famosi videoclip che ben sintetizzano questi concetti, sia per le creatività ed innovatività del soggetto, sia per la notorietà del regista, e che coprono un arco temporale di quasi quarant'anni di sviluppo ed affermazione dell'arte dei videoclip. Ciascuno di esso può considerarsi, per contenuti, recitazione, tecnica e linguaggio, una vera e propria opera cinematografica, seppure di breve durata.

\*\*\*

**THRILLER (MICHAEL JACKSON)**

**REGISTA JOHN LANDIS (1982)**



Come sopra anticipato, il videoclip di Thriller è considerato uno dei primi video musicali ad avere una trama, una coreografia, degli effetti speciali, un alto budget e in generale uno stile "hollywoodiano".

Il video è ambientato inizialmente negli anni 1950. Un ragazzo (Michael Jackson) e una ragazza (la modella e attrice Ola Ray) si dirigono a bordo di una macchina su una strada deserta che attraversa un bosco. Improvvisamente finisce la benzina e i due scendono per continuare a piedi. Mentre passeggiano per il bosco il ragazzo le chiede se vuole essere la sua ragazza e le dà un anello di fidanzamento. Le dice però di essere diverso dagli altri ragazzi e lei gli risponde che è la ragione per cui lo ama, non capendo cosa in realtà il ragazzo intendesse. A un certo punto appare la luna piena e il ragazzo incomincia a trasformarsi in un lupo mannaro, gridando alla ragazza di fuggire via. La ragazza corre scioccata attraverso il bosco, inseguita dal lupo. La bestia, dopo aver

ululato, la raggiunge e si scaglia contro di lei sferrando i suoi artigli. Poco dopo, la scena del lupo mannaro si rivela essere un film horror proiettato nella sala d'un cinema negli anni ottanta e tra il pubblico si vede Jackson con la sua ragazza (la stessa del film). Lui sta mangiando tranquillamente dei pop-corn mentre lei, spaventata, si stringe a lui: vorrebbe andarsene, mentre Michael vorrebbe restare. Alla fine la ragazza non resiste più ed esce dalla sala. Jackson la raggiunge all'esterno del cinema dicendole che è solo un film, ma lei se ne va. Michael la raggiunge e comincia a cantarle le prime strofe della canzone e a ballarle intorno, dandole poi la mano. La ragazza si rincuora e si incammina insieme con il fidanzato. Passano vicino a un cimitero, dove una voce sommessa e perentoria (quella dell'attore Vincent Price) accompagna una scena in cui degli zombie escono dalle tombe. La coppia non si accorge di nulla e procede per la strada, quando all'improvviso appaiono i morti viventi che si dirigono verso di loro. La musica si interrompe, gli zombie li accerchiano, la coppia cerca di non farsi toccare, ma quando la ragazza si volta, il fidanzato ha la pelle rinsecchita e gli occhi incavati come gli zombie stessi. Lei scappa e Michael e gli zombie incominciano a ballare sulle note del ritornello della canzone (mentre il bridge è assente nel video). Alla fine del ballo macabro la ragazza si rifugia in una casa abbandonata e chiude imposte e finestre, ma gli zombie la raggiungono sfondando sia le finestre che il pavimento e la porta. La ragazza disperata si cinge la testa con le mani, chiude gli occhi e grida. Quando li riapre trova il fidanzato che, nella stessa stanza illuminata e normale, le porge la mano: si trattava solo di un incubo. Lui gentilmente l'aiuta a rialzarsi, lei lo abbraccia teneramente e lui le dice che la riaccompagnerà a casa. A questo punto lui si volta verso la telecamera con un sorriso malizioso: ha occhi gialli e pupille verticali, come il lupo mannaro all'inizio del video.

Il video si conclude, come nella versione audio dell'album, con la risata di Vincent Price e i titoli di coda.

\*\*\*



**SABOTAGE (BEASTIE BOYS)**

**REGISTA SPIKE JONZE (1994)**



Per il video di “Sabotage”, Spike Jonze prende ispirazione a piene mani dalle serie televisive americane poliziesche degli anni settanta. Titoli come: Hawaii Five-O, Streets of San Francisco, S.W.A.T., Baretta e Starsky and Hutch. Il cortocircuito creativo è nell’effetto straniante che nasce dalla presenza dei Beastie Boys e dunque non attori che (ri)vivono in un mondo di pura finzione derivato dal cinema (o dalla televisione o dalla cultura pop americana), ma musicisti nei panni di personaggi che prendono in giro gli stereotipi di un genere televisivo, con i suoi codici e le sue regole. Ci si sposta nel terreno della parodia, dell’esibita falsificazione dell’originale, in un gioco di rimandi tra i Beastie Boys e il proprio pubblico. I tre ragazzi infatti sono palesemente travestiti ma anche riconoscibili. Rispettano tutte le caratteristiche fisiche dei personaggi di quegli anni. Occhiali a specchio, capelli lunghi, basette, vestiti d’epoca, rimanendo però loro stessi come viene

esplicitato nei momenti in cui su un fermo-immagine appaiono i loro nomi e quelli dei rispettivi ruoli che interpretano.

A livello stilistico nel lavoro di Jonze si può notare un'alternanza tra alcuni elementi propri dell'estetica televisiva (poliziesca, quindi di genere e seriale) degli anni settanta e altri di quella commerciale degli anni novanta, in un discorso che può essere letto anche come una riflessione sul linguaggio televisivo. Tra i primi c'è l'uso della macchina a mano e del teleobiettivo, mentre il montaggio iperveloce e frammentato è legato ai ritmi catodici dei prodotti di MTV (non più un genere, ma un format) degli anni novanta insieme all'utilizzo dell'effetto ottico fish-eye, che lo stesso Jonze ha ampiamente sperimentato nei suoi molti video sullo skateboard. Jonze costruisce così il suo lavoro su un recupero filologico della scrittura televisiva di vecchie serie aggiornandola alla sintassi audiovisiva degli anni novanta.

\*\*\*

**JUST (RADIOHEAD)**

**REGISTA JAMIE THRAVES (1995)**





Questo video è stato diretto da Jamie Thraves, scelto dalla band dopo aver visto molti suoi cortometraggi sperimentali. È stato girato vicino Liverpool Street Station, a Londra, e alterna spezzoni dei Radiohead che suonano la canzone in un appartamento a scene di un uomo di mezz'età che si sdraia in mezzo ad un marciapiede. Alcuni cittadini cominciano ad adunarsi preoccupati intorno all'uomo, pensando stia male, mentre il gruppo assiste alla scena dall'appartamento in cui suona il brano. La conversazione (sottotitolata) si fa sempre più accorata e finalmente l'uomo sembra deciso a rivelare il motivo per cui ha deciso di sdraiarsi in mezzo a un marciapiede; la telecamera zoomma sulla bocca dell'uomo ma le sue parole non sono sottotitolate. Quando l'inquadratura si allontana dal viso dell'uomo rivela un tappeto di persone sdraiate sul marciapiede, proprio come l'uomo in questione.

I componenti del gruppo non hanno ancora rivelato quali fossero le parole effettivamente pronunciate dell'uomo e Jamie Thraves ha affermato che «rivelare le parole smorzerebbe il loro impatto, e probabilmente farebbe venir voglia anche a voi di sdraiarvi in mezzo alla strada». Voci di corridoio affermano che l'uomo dica «down is the new up» («il fondo è la nuova vetta») o «Radiohead are at the window» («i Radiohead sono alla finestra»); molti sostengono che la cosa realmente importante non sia tanto il motivo per cui l'uomo si è sdraiato sul marciapiede, ma il fatto che la folla spinga l'uomo a dir loro ciò per cui tutti si stenderanno poi a terra, cioè che si siano costretti da soli in quello stato (come messo in evidenza dal testo della canzone). In virtù di questa tesi, molti sono convinti che né la band né il regista abbiano mai avuto nulla di particolare in mente da far pronunciare all'uomo, in quanto non è quello il fulcro del video.

\*\*\*

**SMACK MY BITCH UP (THE PRODIGY)**

**REGISTA: JONAS ÅKERLUND (1997)**



Smack my Bitch Up! rimane uno dei video più controversi della storia, alzando un polverone allucinante di polemiche fin dal titolo della canzone, nello slang londinese è un riferimento a farsi un'altra dose di eroina, che venne interpretato come un incitamento alla violenza fisica sulle donne. Inutile dire che, alla luce del videoclip che stiamo per gustarci, diretto dallo svedese Jonas Åkerlund, le polemiche non si siano fermate.

Il video è una ripresa in prima persona di una folle notte a base di alcool, Coca, molestie a giovani donne, risse con uomini, la distruzione di una console, sboccate, vandalismo, uso di eroina fino alla conclusione in cui il protagonista abborda una spogliarellista, la porta a casa sua dove fa sesso con lei. Mentre la spogliarellista se ne va con le sue cose, il protagonista si guarda allo specchio, si rivela essere una donna e crolla sul letto. Come è stato osservato, *“da qualsiasi parte lo si voglia guardare Smack My Bitch Up! è un esempio straordinario di regia ma soprattutto ha una dose sufficiente di realismo da porre di fronte lo spettatore la realtà più nera della nightlife dove spesso l'eccesso, raramente ad opera dei veterani ma più spesso di giovanissimi (di cui molti provenienti da realtà per bene) crea situazioni di degrado e disagio.”*

Da sottolineare soprattutto l'uso di una frenetica visuale soggettiva in prima persona, chiaramente ispirata ai videogiochi "sparatutto" in prima persona ed in seguito adottata anche nel film Hardcore! di Ilya Naishuller, film che, peraltro, costituisce l'adattamento cinematografico di due videoclip del gruppo musicale Biting Elbows, diretti dallo stesso Naishuller, frontman della band.

\*\*\*

**EVERLONG (FOO FIGHTERS)**

**REGISTA MICHAEL GONDRY (1997)**



Il video di Everlong dei Foo Fighters è entrato nella storia dei video musicali grazie e soprattutto alla mente surreale di Michel Gondry che ha saputo dare quel tocco personale e di classe a un brano già di per sé perfetto, attraverso una riuscita parodia dell'immaginario horror anni '80.

Il video inizia con una ripresa in bianco e nero dei due componenti della band Smear e Mendel (vestiti da Teddy Boys) fuori da una casa in cui gli altri componenti Grohl e Hawkins (che interpreta la moglie di Grohl) presumibilmente vivono. Il video passa quindi al sogno di Grohl, in cui è Sid Vicious a una festa nella quale il personaggio di Hawkins (che interpreta Nancy Spungen) viene molestato da Mendel e Smear. Il video passa al sogno di Hawkins, in cui il suo personaggio sta leggendo un libro quando, all'improvviso, un essere apparentemente non morto striscia dal pavimento (parodiando Evil Dead.) Il video torna al sogno di Grohl, in cui la sua mano si ingrandisce e inizia ad attaccare Smear e Mendel, dopodiché si vaporizzano e si risvegliano nel sogno di Hawkins. Grohl si sveglia dopo aver sentito squillare il suo telefono. Nel frattempo, nel sogno di Hawkins, il personaggio di Hawkins cerca di respingere gli zombi, mentre Grohl cerca legna da ardere. Hawkins quindi tenta di chiamare Grohl che a quel punto si sveglia. Grohl si rende conto della difficile situazione di Hawkins e cerca di svegliare il suo personaggio, senza alcun risultato. Grohl torna a dormire, solo per riapparire nel sogno di Hawkins. Grohl riesce quindi a salvare Hawkins e getta gli zombi nel lago. Il video torna alla vita reale per mostrare che Mendel e Smear sono in casa. Il video prende una svolta surreale mentre Mendel e Smear nella vita reale escono dalle teste dei personaggi. Grohl e Hawkins si svegliano e la band finisce il video interpretando il resto della canzone.

\*\*\*

**COFFEE AND TV (BLUR)**

**REGISTA GARTH JENNINGS (1999)**



Il videoclip di Coffee and TV dei Blur narra la storia di un contenitore del latte che parte alla ricerca di Graham Coxon, il chitarrista del gruppo, apparentemente scomparso di casa (in Gran Bretagna si utilizzano infatti le confezioni di latte per segnalare le persone scomparse).

Il simpatico cartone, per alleviare le sofferenze della famiglia del giovane, visibilmente triste e preoccupata, decide di avventurarsi ed andare a cercare lui stesso Coxon.

Pieno di aspettative e con le sue piccole braccia e gambe, si incammina. Riceve un passaggio in città da un motociclista, indicazioni dai passanti ma si spaventa di fronte a delle scene di routine cittadine.

Di Coxon ancora nulla. Il piccolo bianco e azzurro Milky corre spaventato fin quando non incontra una sua simile, al gusto fragola, bianca e rosa, al di là del marciapiede, che lo saluta gentile e ammiccante. La sua gioia dura poco. La poverina in tetrapack verrà schiacciata dal piede di un passante. Fugge Milky, sempre più spaventato. Camminando tra i rifiuti, da una finestra intravede una band suonare. Ecco trovato Graham. Il ragazzo vedendo la sua foto segnaletica su Milky molla la band e fa rientro a casa, dalla sua famiglia, per rassicurarla. Il piccolo, coraggioso Milky invece, finisce, svuotato e accartocciato, nella pattumiera. Ne uscirà alato e volteggiando verso il cielo rincontrerà la sua innamorata alla fragola.

\*\*\*

**99 PROBLEMS (JAY-Z)**

**REGISTA: MARK ROMANEK (2004)**



Il video di 99 Problems di Jay-Z diretto da Mark Romanek è considerato il primo che ha introdotto il linguaggio del docu-reportage nell'arte dei videoclip e, in questa veste, ha segnato un'epoca e lanciato un nuovo stile, come dimostrano i numerosissimi riconoscimenti ricevuti.

Il video è girato interamente su pellicola in bianco e nero video e prende in prestito le soluzioni visive di molti fotografi di strada di New York, come Martin Dixon ed Eugene Richards.

Esso consiste in un collage di scene girate in prossimità della casa natale di Jay-Z, The Marcy Houses a Bedford Stuyvesant, e rappresentative della difficile infanzia dell'artista, di tra cui i detenuti di una prigione, un combattimento tra cani, un fermo di polizia e coreografie di strada, e si chiude con la morte dell'artista colpito da più proiettili da aggressori invisibili.

Il video vede, tra l'altro, la partecipazione del noto produttore musicale Rick Rubin e dell'attore di culto Vincent Gallo.



\*\*\*

**WAKE ME UP (WHEN SEPTEMBER ENDS) (GREEN DAY)**

**REGISTA SAMUEL BAYER (2004)**



Il video musicale della canzone è stato diretto da Samuel Bayer, che ha portato l'idea di un video sul tema della guerra in Iraq al trio dopo aver intervistato i soldati che si erano iscritti a combattere dopo essere stati persuasi da una pubblicità televisiva. Il video musicale della canzone quindi tenta di "accendere la macchina su se stessa" agendo come uno spot pubblicitario per "libero pensiero o pace". Sebbene fosse lontano dal significato letterale della canzone, Armstrong lo ritenne appropriato considerando il tema della perdita della canzone.

Il video si concentra su una coppia innamorata (interpretata da Jamie Bell ed Evan Rachel Wood). Il fidanzato promette di non lasciare mai la sua ragazza, ma in seguito litigano quando il fidanzato si arruola nel Corpo dei Marines degli Stati Uniti. Il fidanzato interpreta le sue azioni come un modo per dimostrarle che la ama così tanto che metterebbe in gioco la sua vita per tenerla al sicuro. Tuttavia, la ragazza ha il cuore spezzato, poiché ha infranto il suo voto di non lasciarla mai. Il video mostra poi il fidanzato in battaglia in Iraq mentre è vittima di un'imboscata

da parte dei ribelli. Nonostante i marines reagiscano, il fidanzato guarda molti dei suoi compagni cadere a terra feriti. Il loro destino - e il suo - è rimasto sconosciuto. Questa scena è intervallata da scene della ragazza che piange in lacrime in un campo tranquillo. Il video si conclude su questa giustapposizione, sottolineando il dolore e l'angoscia di perdere i propri cari a causa della guerra.

\*\*\*

**BONES (THE KILLERS)**

**REGISTA TIM BURTON (2006)**



Difficile non riconoscere lo stile inconfondibile del regista di *The Nightmare Before Christmas* nel video di *Bones*, secondo singolo estratto dal secondo album dei *The Killers* *Sam's Town*.

Nel video, un ragazzo e una ragazza sono in macchina al drive-in ed osservano uno spettacolo in cui degli scheletri, animati in stop-motion, si preparano ad una guerra. Alternativamente, di fronte allo schermo la band musicale suona la canzone. Nel film, gli stessi ragazzi sono protagonisti e si ritrovano in una spiaggia e, mentre si preparano per un amplesso, la ragazza, togliendosi i capelli, si trasforma in uno scheletro. Lo stesso fa il ragazzo togliendosi la maglia. Più volte, nel



corso del filmato, i due ragazzi si trasformano in scheletri finché anche nella realtà del drive-in diventano tali. Man mano che il clip va avanti i musicisti di fronte allo schermo si trasformano anch'essi in scheletri, mentre continuano ad esibirsi. Il video termina coi due ragazzi scheletrici che, in maniera classica, corrono lungo la spiaggia per raggiungersi ma, una volta pronti ad abbracciarsi, si scontrano e cadono in pezzi a terra. La stessa cosa accade alla band alla fine della musica. Un'interpretazione grottesca e letterale dei versi di Brandon Flowers "Don't you wanna feel my bones on your bones? It's only natural".

Dietro la band, nello schermo del drive-in, appaiono scene da tre film principali: Lolita, Il mostro della laguna nera e Gli argonauti 2.

\*\*\*

**SHOT IN THE BACK OF THE HEAD (MOBY)**

**REGISTA DAVID LYNCH (2009).**



Il video di questo brano (inserito nella colonna sonora del film Charlie Countryman) consta di una serie di disegni grezzi e abbozzati in bianco e nero di paesaggi, edifici, attraverso i quali si muove il protagonista del video, un uomo innamorato di una testa di donna. L'uomo verrà poi colpito alla testa (ecco il "Shot in the Back of the Head" che dà il titolo al brano), da un altro personaggio, il quale cadrà a sua volta per i colpi inferti dalla testa della donna. Fuori dalla finestra la città grigia di smog continua il suo brulicare di vita come se nulla fosse mai accaduto ma la testa di donna e l'uomo che invece non ce l'ha più troveranno ugualmente il modo per continuare a sfiorarsi

Tn questo breve cortometraggio in musica Lynch ha voluto continuare gli esperimenti in Macromedia Flash di Dumbland riproponendo le atmosfere stranianti e stilizzate del progetto seriale e l'attitudine organica e surreale delle prime pellicole come Eraserhead.

\*\*\*

**THIS IS AMERICA (CHILDISH GAMBINO)**

**REGISTA: HIRO MURAI (2018)**



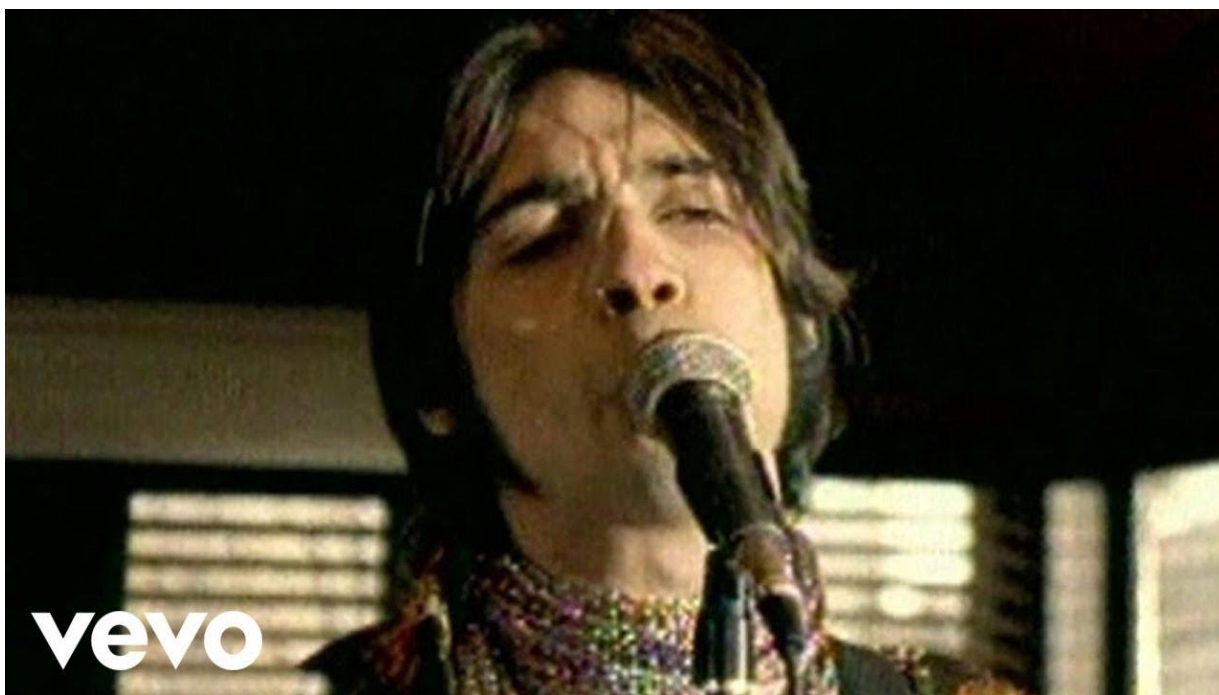
Grazie a un video estremamente suggestivo e pieno di rimandi metaforici, il regista Hiro Murai cerca di trasmettere una certa idea di blackness: l'essere neri nell'America di Trump ma anche delle violenze della polizia e della diffusione epidemica delle armi significa dover costantemente mettere in discussione la propria identità e fare i conti con il vendersi ai valori culturali della società bianca. Nelle scene del video, immerse in uno spazio industriale apparentemente candido, ciò è rappresentato dallo stesso artista che si muove danzando in una coreografia che richiama Jim Crow, la figura parodica creata dai sudisti per prendersi gioco della cultura degli ex schiavi.

Mentre danza, Gambino sublima anche la violenza che corre nelle vene degli Stati Uniti più divisi: dapprima spara in testa a un uomo incappucciato che poco prima impugnava una chitarra (l'artista Charles the Second, anche se all'inizio era stato identificato erroneamente come il padre di Travon Martin, ragazzo ingiustamente ucciso dalla polizia), e poi con un'arma semiautomatica fredda un intero coro gospel, in un episodio che richiama alla mente i fatti di Charleston. Il personaggio di Glover torna a danzare, circondato da studenti di colore che ballano il gwara gwara (danza di origini sudafricane ma divenuta popolare grazie a artisti come Rihanna) e immerso fra rottami di auto, gente che fugge come in disordini urbani e gente a cavallo.

\*\*\*

**DEDICATO A TE (LE VIBRAZIONI)**

**REGISTA: DOMENICO LIGGERI (2003)**



Chiudiamo questa panoramica con due video italiani che hanno segnato non solo l'arte del videoclip nel nostro Paese, ma sono entrati nell'immaginario collettivo e nella cultura "pop".

Il primo è il videoclip di Dedicato a te delle Vibrazioni, ideato dal produttore Demetrio Sartorio e diretto dal regista Domenico Liggeri. Girato in due differenti versioni - una con protagonista una ragazza bionda e l'altra con una ragazza mora -, si tratta di un complesso esempio di piano sequenza di durata praticamente equivalente a quella del brano.

Ambientato a Milano, mostra il percorso compiuto da una ragazza dal proprio appartamento ad un locale che sorge lungo il Naviglio Pavese; durante il percorso incontra, uno per uno i membri del gruppo (prima Alessandro Deidda all'uscita del portone di casa, poi Marco Castellani nelle vesti di cameriere di bar, quindi Stefano Verderi mentre dipinge un quadro e per ultimo Francesco Sarcina in bicicletta); alla fine nel locale si vede il gruppo al completo eseguire il brano.

Trasmesso a ripetizione sulle emittenti musicali nella primavera 2003, il video divenne il primo fenomeno di "video-tormentone", ma anche di "video-format", visto che è stato parodiato per ben due volte.

La prima volta da Elio e le Storie Tese per il video di Shpalman®, ambientato pochi secondi dopo l'uscita di casa della ragazza bionda del video originale (interpretata sempre dalla Cacciapaglia).[5] Protagonista è Luca Mangoni, "uomo-cubo" della band, e si svolge sulla falsariga del video de Le Vibrazioni: per primo, Mangoni si imbatte in Deidda, che gli consegna un plico; poi in Castellani, col quale si scontra bevendogli il cocktail che porta sul vassoio; quindi in Verderi, che dipinge un ritratto dello stesso Mangoni e che compra; infine in Sarcina, da cui prende un mazzo di fiori dalla bicicletta. Giunto nel locale, Mangoni dal labiale sembra dire "Chi c... sono questi? Mah!" e la camera si sposta su Le Vibrazioni, che stanno cantando. Finito il loro pezzo, la telecamera si sposta di nuovo ed inquadra la performance nello stesso locale di Elio e le Storie Tese, con Mangoni che balla con la ragazza del video originale, che ha il mazzo di fiori comprato da Mangoni a Sarcina.

La seconda volta da Frankie hi-nrg mc per il video di Chiedi chiedi; la location è la stessa, ed il video inizia in maniera uguale con la ragazza bionda che si sveglia ed esce di casa seguita dalla telecamera. Una volta fuori dal cortile del palazzo il soggetto diviene tuttavia il rapper, impegnato in una specie di caccia al tesoro (infatti man mano trova accessori per abbigliarsi come il protagonista del cortometraggio Un chien andalou - Un cane andaluso e, alla fine, prende una mano di plastica). Il locale lungo il Naviglio è la meta finale della caccia al tesoro; Frankie entra trionfante, ma la gioia dura poco: infatti poco dopo viene inquadrato un podio con la ragazza del video bionda originale sul gradino più alto, Mangoni su quello del secondo posto e Deidda sul terzo posto (tutti sono abbigliati come Frankie ed hanno la mano di plastica in pugno). Dei tre video, questo è l'unico ad essere stato girato con macchina a spalla e non in steadicam, per problemi tecnici occorsi sul set.

\*\*\*

**MUSICA LEGGERISSIMA ( COLAPESCE E DIMARTINO)**

**REGISTA: ZAVVO NICOLOSI (2021)**



Il secondo videoclip italiano di successo è il recentissimo filmato che accompagna “Musica Leggerissima” di Colapesce e Dimartino e che ha indubbiamente contribuito a farne il brano di maggiore successo del 2021.

Il video, diretto da Zavvo Nicolosi del collettivo Ground’s Oranges, è costituito da una struttura fatta da tante vignette composte da sfondi fissi, evitando quindi completamente i movimenti di camera, e con il rispetto di una determinata “palette” di colori.

Il video di Musica Leggerissima è un collage di citazioni che mischiano il cinema d’autore alla cultura popolare: *“accanto ai riferimenti puramente sanremesi (come quello al tentato suicidio di Pino Pagano, salvato da Pippo Baudo), troviamo diverse suggestioni dal mondo del cinema e della fotografia. La donna vestita di nero e lo specchio rimandano a El Topo di Jodorowsky, diverse inquadrature ricordano gli scatti di William Eggleston e la precisa simmetria, unita ai colori pastello, lo stile di Wes Anderson. Insomma, il mix perfetto per far impazzire i cinefili”*<sup>11</sup>.

---

11. <https://www.npcmagazine.it/musica-leggerissima-letterboxd/>



Il videoclip è stato al centro di un fatto singolare, ma estremamente significativo della raggiunta parificazione, nella percezione del pubblico, dei videoclip alle opere cinematografiche, avendo raggiunto il primo posto negli Highest Rated Movies su Letterboxd, social per cinefili sempre più diffuso anche in Italia, persino al di sopra di Parasite di Bong Joon-ho.

\*\*\*

### **(5) IL PROCESSO DI REALIZZAZIONE DI UN VIDEOCLIP**

Per concludere l'esposizione tecnica, appare opportuno soffermarsi brevemente sul processo ideativo e realizzativo di un videoclip che, naturalmente, riflette seppure in chiave minore gli analoghi processi che connotano un'opera cinematografica.

La produzione/ideazione di un video inizia naturalmente all'interno della casa discografica che decide quanti singoli e relativi video verranno estratti da ciascun album ed il relativo *budget*, decisioni che naturalmente dipendono dalla caratura dell'artista.

A livello italiano, il range di budget è molto variabile e può andare da qualche migliaio di euro a centomila euro. con casi non troppo rari di budget anche superiori. La media, in ogni caso, si aggira tra i 10k e i 25k. Solitamente il grosso del budget video per un disco si spende nel primo music video, e poi a scendere proporzionalmente.

Negli anni novanta e negli anni duemila, il processo di realizzazione non era dissimile da quello degli spot pubblicitari, con ruolo centrale dunque delle case di produzione che venivano contattate dalle case discografiche con l'indicazione del budget e del brano.

La casa di produzione a questo punto stimolavano una "gara" tra una pluralità di registi, invitandoli a scrivere un possibile soggetto/sceneggiatura del video la cui scelta era frutto di una decisione condivisa tra casa discografica, artista e suo management.

Questo processo oggi viene tuttavia seguito raramente, sia in quanto da svariati anni i discografici i discografici hanno iniziato a contattare direttamente i registi, i quali poi, assunto l'incarico, decidono con quale casa di produzione realizzarla, sia perché le nuove forme digitali di diffusione e di fruizione dei prodotti culturali hanno avvicinato i registi agli artisti, che hanno imparato a conoscersi e fare "percorsi" insieme già dagli esordi sviluppando estetiche e idee molto più precise sul "viaggio" visivo che un artista può fare. Specie per gli artisti rap, succede così frequentemente che l'idea del video nasca insieme all'artista e che il regista debba fare una sorta di sforzo di adattamento, per farlo "quadrare", oppure metterlo in forma storytelling.

Attualmente, i registi più affermati vengono scelti direttamente dalla casa discografica o addirittura imposti dall'artista che si riconosce nella cifra stilistica del regista o vuole acquisire prestigio per il fatto di avere realizzato un video con "quel" regista.

Terminata la fase di ideazione, si passa comunque alla fase di realizzazione che, così come per le produzioni cinematografiche è preceduta dal casting, dall'individuazione della location e dalla formazione della troupe tecnica.

A questo punto è tutto pronto per il "set", ossia la lavorazione del film che dura quasi sempre due giorni, spesso uno soltanto e solo in casi rari anche tre giorni o più. La differenza dipende ovviamente dal tipo di creatività e di complessità del soggetto/sceneggiatura.

Segue la post-produzione composta da processi e dall'intervento di professionalità del tutto speculari a quelle previste per l'opera cinematografica, ossia il montaggio del film con le tecniche digitali, la sua sincronizzazione con la registrazione del brano, l'aggiunta degli eventuali effetti speciali visivi e sonori e la correzione del colore.

\*\*\*\*\*



## (6) L'ATTUALE DISCIPLINA NORMATIVA DEI VIDEOCLIP

Nella Legge sul Diritto d'Autore non vi è alcuna norma che, direttamente o indirettamente, si occupi di videoclip.

L'unico riferimento al riguardo è contenuto nella disciplina secondaria che ha dato attuazione alla Legge 14 novembre 2016, n. 220 recante Disciplina del cinema e dell'audiovisivo.

Tale legge, come noto, prevede tra l'altro una serie di benefici fiscali in favore degli operatori del settore cinematografico ed audiovisivo tra cui il credito d'imposta (c.d. credit tax), finalizzati all'attrazione in Italia di investimenti cinematografici e audiovisivi.

L'art. 14 di tale Legge prevede tuttavia una serie di esclusioni dal beneficio di imposta. La norma stabilisce, infatti, che *“Con decreto del Ministro, da emanare entro centoventi giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, acquisito il parere del Consiglio superiore, sono individuati i **casi di esclusione** con riferimento alle seguenti tipologie di opere:*

- a) opere audiovisive a carattere pornografico o che incitano alla violenza o all'odio razziale;*
- b) pubblicità televisive, spot pubblicitari, televendite e telepromozioni, come definiti all'articolo 2, comma 1, lettere ee), ff), ii) e mm), del citato testo unico di cui al decreto legislativo n. 177 del 2005;*
- c) opere audiovisive prodotte esclusivamente a fini commerciali o promozionali;*
- d) programmi di informazione e attualità;*
- e) giochi, spettacoli di varietà, quiz, talk show;*
- f) programmi di gare e competizioni o contenenti risultati di gare e competizioni;*
- g) trasmissione, anche in diretta, di eventi, ivi compresi gli eventi teatrali, musicali, artistici, culturali, sportivi e celebrativi;*
- h) programmi televisivi.”*

In attuazione di tale norma è stato, quindi, emanato il Decreto del Ministero dei Beni e dell'Attività Culturali e del Turismo n. 303 del 14 luglio 2017 il quale, all'art. 2, così recita:

2. Sono altresì esclusi dai benefici previsti dalla legge n. 220 del 2016:

a) le opere audiovisive con contenuti:

- 1) a carattere pornografico;
- 2) che incitano all'odio basato su differenza di razza, sesso, religione o nazionalità, ai sensi dell'articolo 1-ter, comma 2, lettera c), del testo unico di cui al decreto legislativo n. 177 del 2005;
- 3) pubblicitari, incluse televendite, telepromozioni, pubblicità televisive, come definiti all'articolo 2, comma 1, lettere ee), ff), ii), mm), del testo unico di cui al decreto legislativo n. 177 del 2005;
- 4) esclusivamente commerciali, promozionali, didattici, anche a finalità turistiche o istituzionali;
- 5) a carattere promozionale ed intrattenimento di un brano musicale o di un artista.

Il Ministero, in buona sostanza, riteneva dunque che, avendo il videoclip finalità di promuovere le vendite del disco dell'artista in cui è compreso il brano con esso sincronizzato, rientrerebbe nella nozione di *“opere audiovisive prodotte esclusivamente a fini commerciali o promozionali”* e sarebbe dunque esclusa dai benefici della Legge 220/2016.

A questo evidente errore di prospettiva ha tuttavia da ultimo posto rimedio il Decreto dello stesso Ministero n. 16 del 22 gennaio 2020 (c.d. Decreto Franceschini) che ha soppresso il punto 5) del Decreto del 14 luglio 2017, sulla base della seguente motivazione, contenuta nel preambolo dello stesso Decreto.

**TENUTO CONTO** che per le opere audiovisive a carattere promozionale ed intrattenimento di un brano musicale o di un artista, i così detti *“videoclip”*, sono oggi riconosciuti universalmente caratteri e contenuti artistici e creativi analoghi a quelli di altre categorie di opere già ammesse ai benefici previsti dalla legge n. 220 del 2016;

Il Decreto Franceschini non si limita, dunque, a riammettere i videoclip ai benefici della Legge 220/2016, escludendo la loro finalità meramente promozionale, ma riconosce espressamente che ad essi **“sono oggi universalmente caratteri e contenuti artistici e creativi analoghi a quelli di altre opere già ammesse ai benefici”**. Poiché le altre opere “analoghe” a cui fa riferimento tale decreto non possono che essere le opere cinematografiche, con questo Decreto si afferma dunque implicitamente ma univocamente che **i Videoclip devono considerarsi, ai fini di Legge, opere assimilate alle opere cinematografiche con cui condividono caratteri e contenuti artistici e creativi.**

A completamento, meritano di essere ricordate le dichiarazioni del Ministro Franceschini nel Comunicato stampa ufficiale riportato sul sito del Ministero<sup>12</sup> **“I video musicali hanno interpretato e interpretano al meglio l’immaginario popolare, facendo sognare intere generazioni e sono delle opere d’arte. Per questo motivo non c’era motivo di escluderli dalle agevolazioni fiscali – ha dichiarato il Ministro Franceschini – e stamattina ho corretto un errore: ho firmato il decreto che riconosce a questo specifico prodotto audiovisivo i benefici del tax credit, perché non c’è dubbio che il videoclip sono arte e creatività.”**

\*\*\*\*\*

## (7) LA GIURISPRUDENZA IN TEMA DI NATURA DEL VIDEOCLIP

L’unica decisione edita che ha preso posizione sulla natura giuridica del videoclip è la sentenza di Cassazione Penale dell’11 giugno 1993<sup>13</sup> resa in un procedimento promosso nei confronti del rappresentante legale dell’emittente televisiva Videomusic, accusata di avere, per il tramite della messa in onda dei videoclip, diffuso e riprodotto opere musicali senza il consenso della SIAE.

---

12. <https://www.beniculturali.it/comunicato/musica-franceschini-videoclip-e-un-opera-d-arte-ministro-firma-decreto-che-risponde-a-appello-dei-musicisti-per-riconoscere-il-tax-credit>

13. Cass. 11 giugno 1993, n. 1202, in *AIDA*, 1995, 364.

Sia il Pretore che il Giudice di appello assolvevano tuttavia l'imputato, in ragione dell'impossibilità di ricondurre il videoclip ad alcuna delle opere tipizzate dall'art. 2 LDA e la Cassazione, con la citata sentenza, confermava tale statuizione, rilevando che i videoclip *“pur partecipando di caratteri propri delle opere cinematografiche e delle incisioni musicali, per la loro originalità si distinguono nettamente dalle une e dalle altre.”*

E ciò, con particolare riferimento all'opera cinematografica, sia in quanto in quest'ultima *“è prevalente la rappresentazione visiva, la quale ha una propria autonomia rispetto alla colonna sonora”*, sia in quanto, a differenza dell'opera cinematografica, *“nei videoclip la composizione musicale ha già, di norma, un proprio mercato, mentre non è concepibile un'autonomia dell'apporto visivo, che è funzionale rispetto al contenuto musicale”*, cosicché *“il nuovo prodotto non può considerarsi un'operina, cinematografica”*.

Si noti che la stessa sentenza, allorché si tratta poi di affrontare le differenze rispetto alle registrazioni musicali, evidenzia che l'elemento visivo *“pur costituendo un supporto spesso di eccezionale importanza per il successo di una composizione musicale, dà origine ad un prodotto nuovo che può a sua volta riscuotere un grande successo commerciale proprio in forza della ricchezza e del buon gusto delle immagini”*, così finendo per smentire quanto affermato solo poche righe prima circa la pretesa mancanza di autonomia e comunque subordinazione della parte visiva rispetto alla parte filmica.

In senso critico rispetto a questa sentenza, è stato altresì rilevato come il fatto che le musiche rappresentino la componente più importante del videoclip non è di per sé decisivo per distinguerlo dall'opera cinematografica, *“posto che sono ampiamente conosciute opere cinematografiche in cui la musica ha un'importanza determinante o addirittura prevalente sull'elemento visivo: è il caso dei musical, o di certi film (anche ad animazione) prodotti e realizzati partendo dalle musiche ella*

*colonna sonora e per illustrare quest'ultima (si pensi a "The Wall" dei Pink Floyd, a "Fantasia" di Walt Disney o, ancora, ad "Allegro ma non troppo" di Bruno Bozzetto)"<sup>14</sup>.*

L'unica altra decisione che, a quanto ci risulta, si sia occupata del tema è l'ordinanza cautelare di Trib. Verona, 2 agosto 2000<sup>15</sup> che, tuttavia, si limita a rilevare che *"è aperta la discussione in merito alla individuazione della categoria di opere dell'ingegno nell'ambito della quale il videoclip vada inserito, ed in particolare in merito alla configurabilità quale opera cinematografica ovvero assimilabile al prodotto fonografico"* e, pur rilevando la *"presenza nel videoclip musicale di caratteristiche proprie dell'uno e dell'altro tipo di opera"*, ritiene di dovere prendere posizione al riguardo, non essendo la questione rilevante ai fini della decisione del caso specifico.

\*\*\*\*\*

## **(8) LA DOTTRINA IN TEMA DI NATURA DEL VIDEOCLIP**

Una posizione netta sul tema è stata invece assunta dalla dottrina la quale ha da sempre ritenuto che l'opera cinematografica debba considerarsi assimilabile, per le sue caratteristiche, all'opera cinematografica, in aperto dissenso rispetto al *dictum* di Cass. Pen Cass. 11 giugno 1993, sopra ricordata.

Così FRAGOLA<sup>16</sup> rileva che la proteggibilità dei videoclip *"è senza troppe difficoltà desumibile da testi normativi vigenti, nazionali ed internazionali, che permettono la loro parificazione alle opere cinematografiche, seppure in miniatura rispetto al loro modesto metraggio, aggiungendo tuttavia come tale circostanza sia "priva di effetti negativi sul piano della tutela, come del pari lo è per una poesia quantunque breve"*. A sostegno di tale conclusione, l'autore pone in particolare l'art. 2 della Convenzione di Unione di Berna che, nell'assimilare alle opere cinematografiche le

---

14. Così S(imona) L(avagnini), in nota a Cass. 11 giugno 1993, n. 1202, in *AIDA*, 1995, 364.

15. In *AIDA*, 2000, 1006 e ss.

16. FRAGOLA, *aspetti giuridici dell'audiovisivo*, cit.

*“opere espresse mediante un procedimento analogo alla cinematografia”, mostrerebbe di attribuire rilievo decisivo alla “modalità espressiva di cui l’opera è portatrice”.*

Nel medesimo senso si esprime LAVAGNINI<sup>17</sup>, concludendo che “il videoclip appare ... un’opera composita pienamente assimilabile al genus dell’opera cinematografica”

Anche LEONINI<sup>18</sup> conclude che “non par dubbio ... che il videoclip musicale debba essere considerato opera cinematografica”, criticando come *“palesamente erronea ed in contrasto con il riconoscimento della possibile presenza di carattere creativo nella componente visiva del videoclip musicale”* la tesi della Cassazione sulla pretesa mancanza di autonomia della parte musicale rispetto alla componente visiva. E ciò in quanto ritiene indiscutibile che *“attorno ad una composizione musicale, ed anche ad una specifica esecuzione di essa, possono teoricamente essere costruiti innumerevoli videoclip tra loro differenti”*.

Queste critiche alla sentenza della Cassazione sono condivise da BONELLI<sup>19</sup> il quale rileva che *“il piano – l’unico – sul quale invece il videoclip si distingue rispetto all’opera musicale e alla sua registrazione è proprio quello cinematografico, ossia la sequenza di immagini in movimento che ‘racconta’ o interpreta visivamente il brano, facendone, per l’appunto ‘musica da vedere’.* Quest’autore ricorda altresì che, prima dell’introduzione della disciplina sul software, *“la giurisprudenza, con la approvazione quasi unanime della dottrina, aveva ritenuto di potere assimilare il videogioco all’opera cinematografica soluzione questa che se allora era tutto sommato giustificabile per il videogioco, a maggior ragione si deve ritenere praticabile oggi per un prodotto – il videoclip – che sia per le sue caratteristiche intrinseche che per le modalità di sua realizzazione (presenza di un regista, di un soggetto, di una sceneggiatura, di attori, ecc.) pare assai più vicino all’opera cinematografica di quanto non lo sia, per l’appunto, un videogioco”.*

---

17. In nota a Cass. 11 giugno 1993, n. 1202, in *AIDA*, 1995, 364.

18. Cfr. LEONINI, *Il videoclip*, in *AIDA*, 1998, 80-81.

19. Cfr. BONELLI, *La natura ed il regime giuridico del videoclip*, in *Il Dir. Aut.*, 2001, 305 e ss.

Condivide quest'orientamento dottrinale assolutamente unanime, infine, BERTANI<sup>20</sup>, il quale, sulla scorta della normativa di riferimento ed in particolare dell'art. 2, co. 1 CUB e delle caratteristiche del videoclip, ritiene che "la disciplina del film cinematografico prevista dagli artt. 44 ss. l.a. può ben essere applicata in via diretta alle opere espresse con procedimento analogo alla cinematografia, come ad esempio le opere televisive, i film di animazione, i film pubblicitari, le interfacce grafiche del videogame ed appunto i videoclip".

\*\*\*\*\*

## (9) CONCLUSIONI

All'esito di questa disamina, è possibile individuare una pluralità di argomenti che depongono tutti, univocamente, nel senso che il videoclip musicale debba essere considerato un'opera assimilata all'opera cinematografica e che, dunque, i suoi autori abbiano diritto a percepire l'equo compenso previsto dall'art. 46 bis.

a) Il primo e fondamentale argomento attiene alle caratteristiche del videoclip inteso come opera dell'ingegno il quale, come abbiamo ampiamente dimostrato, sia ripercorrendo la sua storia ed evoluzione sia attraverso una disamina di alcuni dei videoclip più significativi, può considerarsi per contenuto narrativo, linguaggio e soluzioni stilistiche, una vera e propria opera cinematografica, seppure di breve durata.

b) Un secondo argomento può essere ricavato dal processo di realizzazione del videoclip e dalle professionalità in esse coinvolte che sono del tutto speculari a quelli che intervengono nelle opere cinematografiche: si parte, infatti, dalla scrittura di un soggetto e di una sceneggiatura, si prosegue con la scelta del cast e della location per poi passare alla lavorazione sul set sotto la direzione del regista, sino ad arrivare alla postproduzione.

---

20. Cfr. BERTANI, *Videoclip, opere audiovisive e diritto d'autore*, in AIDA, 2002, 362 e ss.

c) Sul piano giuridico, a sostegno di questa conclusione, sembra altresì deporre univocamente **l'art. 2 della Convenzione di Berna per la protezione delle opere letterarie e artistiche del 9 settembre 1886** che, nel testo attuale dell'art. 2, chiarisce che l'espressione "opere letterarie ed artistiche" comprende, tra l'altro, le opere cinematografiche, "**alle quali sono assimilate le opere espresse mediante un procedimento analogo alla cinematografia**". Ed è evidente che, sia se si considera il "procedimento" di cui parla la norma come riferito "*alla modalità espressiva di cui l'opera è portatrice*", come ritiene la dottrina, e dunque ai caratteri intrinseci dell'opera, sia che lo si considera come relativo al processo di lavorazione, il risultato è in entrambi i casi quello di considerare il videoclip come opera "espressa mediante un procedimento analogo alla cinematografia".

d) Ad identiche conclusioni, si giunge anche ove si ritenga che per la nozione di opere assimilate debba farsi applicazione della **più stringente nozione contenuta nell'art. 8 dello Statuto della SIAE**, ovvero sia "*opere a contenuto narrativo o documentaristico realizzate appositamente per la distribuzione o per la comunicazione al pubblico con qualunque mezzo audiovisivo, con l'apporto creativo congiunto dei coautori dell'opera cinematografica indicati dall'art. 44 della legge n. 633 del 1941 e successive modificazioni, che producono risultati espressivi analoghi a quelli dell'opera cinematografica.*"

Ed infatti il videoclip:

- è un'opera "**con un contenuto narrativo o documentaristico**" che viene "**realizzata appositamente per la distribuzione o per la comunicazione al pubblico con qualunque mezzo audiovisivo**" e segnatamente per la sua distribuzione attraverso i canali televisivi ovvero le piattaforme Internet;

- viene "**realizzato con l'apporto creativo congiunto dei coautori dell'opera cinematografica**", prevedendo sempre necessariamente **la scrittura di un soggetto e di una sceneggiatura**, la **lavorazione sotto la direzione di un regista** e la presenza di **una colonna sonora**



costituita dal brano ad esso necessariamente sincronizzato, cosicché **presuppone la presenza di tutti i coautori dell'opera cinematografica come individuati nell'art. 44 LDA;**

- produce **risultati espressivi analoghi a quelli dell'opera cinematografica** per le ragioni già sopra esposte con riferimento all'analogo disposto dell'art. 2 della CUB.

e) Un ulteriore argomento può provenire dall'esame della **dottrina** che, come abbiamo visto, **si è sempre espressa in termini unanimi nel senso dell'assimilazione del videoclip all'opera cinematografica**, sulla base di argomenti del tutto analoghi a quelli sopra esposti.

Anche in quest'ottica, non pare invece assumere rilievo di segno contrario l'isolata e risalente pronuncia della Cassazione dell'11 giugno 1993 e ciò non solo perché, trattandosi di una pronuncia resa dal giudice penale che, notoriamente, ha poca sensibilità e dimestichezza con le tematiche civilistiche di tutela del diritto d'autore, ma anche perché l'unico argomento giuridico addotto, ossia quello della pretesa carenza di autonomia della parte musicale del videoclip rispetto alla parte visiva, oltre ad essere di per sé per nulla decisivo, è stato **agevolmente confutato con argomenti insuperabili da tutti gli interpreti che l'hanno commentata criticamente.**

f) Infine, tra gli argomenti decisivi, ci sembra doveroso ricordare anche il **Decreto Franceschini** del 22 gennaio 2020 che, nel riammettere i videoclip ai benefici della Legge 220/2016, da un lato, esclude che i videoclip siano "*opere audiovisive prodotte esclusivamente a fini commerciali o promozionali*" e, dall'altro, afferma espressamente che ad essi "**sono oggi universalmente caratteri e contenuti artistici e creativi analoghi a quelli di altre opere già ammesse ai benefici**", così riconoscendo implicitamente ma univocamente che **i Videoclip devono considerarsi, ai fini di Legge, opere assimilate alle opere cinematografiche con cui condividono caratteri e contenuti artistici e creativi.**

Milano, 12 maggio 2021

Associazione AIR3

(il Presidente)

