



HAL
open science

Fellini, cinéaste témoin et bâtisseur de cités publicitaires à l'heure du Berlusconi entrepreneur

Damien Angelloz-Nicoud

► **To cite this version:**

Damien Angelloz-Nicoud. Fellini, cinéaste témoin et bâtisseur de cités publicitaires à l'heure du Berlusconi entrepreneur. La " première République " est morte : vive la République ? Trente ans de cinéma italien face au berlusconisme (1994-2024), Dork Zabunyan; Matthieu Combe, Apr 2025, Saint-Denis, France. <hal-05358808>

HAL Id: hal-05358808

<https://hal.science/hal-05358808v1>

Submitted on 11 Nov 2025

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Fellini, cinéaste témoin et bâtisseur de cités publicitaires

à l'heure du Berlusconi entrepreneur

Dans *Intervista* qui est sorti en 1987, Federico Fellini nous offre l'image d'un cinéaste barricadé à Cinecittà qui tente de résister à l'invasion télévisuelle. Avec *La voce della luna*, son dernier long métrage en 1990, le cinéaste cherche à explorer, loin de Rome cette fois, les confins imaginaires du pays. Mais même dans cette campagne excentrée et nimbée de mystères peuvent surgir, au détour d'un plan, un imposant monolithe en forme de téléviseur ou une gigantesque affiche promotionnelle. Les dernières productions du cinéaste seront des courts-métrages commerciaux dans lesquels l'ensemble du paysage italien a été remplacé par une imagerie touristique. Dans ce territoire colonisé, Fellini est donc à cette époque à la recherche d'espaces où ses films ne seraient pas dénaturés par des médias de masse devenu prépondérants.

Dans les années 1980, la télévision est en effet progressivement devenue en Italie une sorte d'agora virtuelle où « le social s'est réalisé et a vécu sa vie » pour reprendre les termes de Vincenzo Susca¹.

Berlusconi transforme progressivement ce média en instrument de catharsis, véritable machine à « fictionner » destinée à la fabrication d'une « communauté émotionnelle »². Sans message, les chaînes qu'il finance provoquent, dramatisent continûment le réel et notamment le débat public. Ce conditionnement de la société précède l'arrivée du magnat sur la scène publique en 1994, quelques mois après la mort du Maestro.

Federico Fellini se disait pour sa part indifférent vis-à-vis de la politique. Ses déclarations doivent toutefois être nuancées au regard de l'acuité avec laquelle il scrute les bouleversements qui lui sont contemporains et sur lesquels il ne cesse de témoigner. Son cinéma, comme le rappelle Dork Zabunyan, possède une « véritable dimension documentaire³ ».

Durant cette période, Fellini et Berlusconi doivent alors partager un terrain commun, l'imaginaire collectif des Italiens. Pour étendre son pouvoir, Berlusconi phagocyte les fantasmes de la population et les transpose médiatiquement. Il produit de nouveaux mythes à consommer, à commencer par le sien, celui de l'« anti-politique ».

¹ SUSCA Vincenzo, « Phénoménologie de Silvio Berlusconi », *Sociétés*, vol. 84, n° 2, 2004, p.43

² MUSSO Pierre, « « Bunga bunga » berlusconien et vélinisme néo-télévisuel », *Hermès*, n° 69, n° 2, 2014, p. 91.

³ ZABUNYAN Dork, « Morale modeste, nouvelle critique », *Trafic, L'écran, L'écrit*, n° 100, décembre 2016, p. 164.

En outre, Berlusconi se définissait lui-même comme un « rêveur pragmatique⁴ », une dénomination qui aurait pu, prise dans un sens différent, prévaloir pour Fellini. Comme l'écrit Pierre Musso,

« sa carrière d'entrepreneur passe de la vente de « rêves » dans la promotion immobilière et la finance dans les années 1960-1970, à la télévision durant la décennie 1980, pour entrer en politique au début des années 1990. L'invariant dans ses déplacements d'activités, c'est sa capacité à faire rêver le consommateur et le citoyen. Il vend un rêve (ses détracteurs disent qu'il vend du vent) dont il est le producteur et un des messagers, lui avec ses proches⁵. »

Berlusconi a, selon l'expression de Vincenzo Susca, une « envie agressive de créer de la réalité plutôt que de s'insérer dans celle qui le contient déjà⁶ ». Il souhaite avant tout refaçonner des formes à habiter. Pour cela, il recrée de toute pièce un quartier résidentiel et sériel inédit, un prototype pour transformer radicalement l'Italie, Milano 2. C'est une sorte de ville-satellite multifonctionnelle qui fonde son attractivité sur son autarcie. Ce mode d'insularité urbaine constitue un « monde à coloniser par des pionniers » selon la publicité de l'époque. Elle vise à offrir aux acheteurs une nouvelle forme de vie, séparée de la ville et de ses contraintes⁷. La fiction berlusconienne conçoit ainsi un lieu de villégiature permanent quasi irréel et atemporel.

C'est dans cet espace ordonné et contrôlé par des caméras de surveillance que Berlusconi a fondé le studio de production de la chaîne TeleMilano dédié aux habitants du quartier, tous équipés du câble et participant même aux programmes⁸. Ce projet révèle de manière exemplaire comment les mêmes concepts fondent le projet immobilier et la culture médiatique puis politique de Berlusconi.

Avec *Intervista*, Fellini met en scène une sorte d'idéal type de résidence pour nantis avec la villa de la star Anita Ekberg. Dans cette séquence, le réalisateur et une équipe de télévision pénètrent dans un espace clos sur lui-même, surveillé par des molosses. Les visiteurs découvrent à l'intérieur un cadre extrêmement consensuel, soigneusement aménagé, une sorte de maison témoin digne d'un catalogue de promoteur immobilier ou de prospectus publicitaire. Ils sont invités à se prélasser et à se relaxer dans ce réduit rassurant du tout confort. Avec cette soirée, Fellini semble filmer une lente immersion dans un univers de clichés, un moment de quiétude fait d'apéritifs, de marrons chauds au

⁴ MUSSO Pierre, « Le phénomène Berlusconi : ni populisme ni vidéocratie, mais néo-politique », CNRS Éditions, 20 août 2019, p. 52.

⁵ *Ibidem*.

⁶ SUSCA Vincenzo, Alberto Abruzzese, Franco Ferrarotti, Michel Maffesoli et Isabelle Mansuy, *A l'ombre de Berlusconi: les médias, l'imaginaire et les catastrophes de la modernité*, Paris Budapest Torino [etc.], l'Harmattan, coll. « Questions contemporaines », 2006, p. 88.

⁷ Cf. les travaux de COUSIN Bruno, « Refonder Milan : Silvio Berlusconi et la promotion de nouveaux quartiers pour les classes supérieures », *Questions de communication*, n° 25, Éditions de l'Université de Lorraine, 31 août 2014, p. 42.

⁸ Ainsi, comme le note Pierre Musso, « la télévision est un service intégré au parcours consumériste quotidien. Elle est un maillon du circuit commercial dans la Cité marchande et publicitaire. » in MUSSO Pierre, *Le temps de l'État-Entreprise : Berlusconi, Trump, Macron*, Paris, France, Fayard, 2019, p. 42.

coin du feu, de sentimentalisme. Cet espace domestique formaté semble avoir un effet lénifiant sur les convives, qui se laissent progressivement aller à une remémoration nostalgique du passé. A l'opposé de la bataille à la fin du film, le réalisateur met en scène une sorte de douce abdication face aux faux-semblants du consumérisme. Le dernier plan, où les chiens de garde se sont pétrifiés devant la véranda, tels des spectateurs passifs devant leur écran, suggère que l'ensemble du réel diégétique a été comme transformé en une mauvaise romance télévisuelle. Dans cette scène, la gêne vient précisément du fait qu'aucun élément ne vient nous perturber : rien n'est saillant, tout s'enchaîne avec fluidité, dans une harmonie fallacieuse.

Avec l'avènement de l'empire berlusconien, Fellini intègre dans son cinéma des structures qui combinent singulièrement les dimensions médiatiques et immobilières. Ainsi, au revers de la cité des femmes du film éponyme, matérialisée notamment par un Grand Hôtel où se tient une assemblée de militantes, existe une autre cité, gouvernée par un seul homme, Katzone, qui veut réunir toutes ses conquêtes sexuelles dans une colossale installation de pierres et d'écrans.

Matérialisation de la volonté d'hyper-puissance de son propriétaire qui y vit claquemuré, cette demeure est présentée comme une « forteresse imprenable ». L'obsession sécuritaire et l'entre-soi des complexes résidentiels sont ici poussés à la caricature : la fortification est sous alarme, farouchement gardée par un homme en arme et d'énormes chiens.

Cette construction croise les références historiques et culturelles : les châteaux de *Citizen Kane* ou *des Chasses du comte Zaroff*, des monuments coloniaux, le Vittoriale de d'Annunzio etc.⁹ Pour construire ce fastueux domaine, nous pouvons peut-être émettre l'hypothèse que Fellini songe aussi, déjà, à des villas semblables à celles que Berlusconi rachète et réaménage à partir de 1974. Ainsi, sa propriété San Martino à Arcore était emplie de symboles maçonniques, ésotériques et astrologiques avec un plan octogonal censé s'inspirer du Temple de Salomon. Un tel aménagement suggère une parenté d'esprit avec le hall d'entrée du « temple » de Katzone, comme il le décrit lui-même, qui est un pentagone et certains éléments mobiliers dénotent également un imaginaire lié aux sciences occultes.

La villa d'Arcore, surnommée plus tard par la presse « Hardcore », sera notamment le théâtre des multiples scandales de moeurs du Cavaliere. L'homme d'affaire avait en effet restructuré le sous-sol de la villa en boîte de nuit à la décoration kitsch érotique. C'est dans ce local souterrain que se tenaient des soirées sulfureuses où de nombreuses jeunes femmes étaient invitées à exécuter

⁹ Dans le film et le scénario, il est fait allusion à Gabriele d'Annunzio. Le complexe se rapproche du Vittoriale par ses accents guerriers, sa surcharge décorative, d'Annunzio partageant avec Katzone un collectionnisme obsessionnel pour les objets et les conquêtes sentimentales.

des danses lascives de manière vulgaire. Cette discothèque particulière s'agence comme un avatar mimétique des plateaux de variétés et mêle allègrement spectacle, sexe et politique. L'habitation était emplie d'écrans de télévision devant lesquels chantaient Berlusconi et ses invités, résonnant comme un étrange écho au récitatif de Katzone devant ses convives.

Ajoutons que le domicile de ce personnage fait office de musée où sont entreposés une multitude de jouets de *sex-shop*, ou de fétiches phalliques reproduits en série et où trônait son portrait sous l'espèce d'une gigantesque mosaïque. La villa San Martino était elle aussi, dès son acquisition, encombrée de nombreux tableaux. Une frénésie d'achats ne cessera d'animer Berlusconi, notamment dans les dernières années de sa vie. Il accumulera ainsi quelques vingt-cinq mille oeuvres d'art de mauvais goût et pour la plupart sans valeur, dont une grande partie de bustes à son effigie ou encore de multiples représentations de femmes nues.

Pour le financement de *La cité des femmes*, Aldo Tassone rapporte que le producteur Franco Rossellini avait réussi à intéresser le millionnaire américain Bob Guccione pour un investissement qui ne se concrétisera finalement pas. Il semblerait que ce personnage misogyne et haut en couleur ait servi de modèle pour concevoir son « Sante Katzone », rapporte encore Tassone¹⁰. Guccione est le très riche fondateur du magazine de charme *Penthouse* qui souhaitait rivaliser avec *Playboy* en proposant notamment des photographies érotiques plus explicites. L'année précédent la sortie de *La cité des femmes*, Guccione produit d'ailleurs une superproduction, *Caligula*, dont les décors ont été élaborés par Danilo Donati, fidèle collaborateur de Fellini. Il est également possible que le réalisateur ait voulu évoquer avec la demeure de Katzone l'imposante résidence de Guccione à Manhattan dont les portes étaient apparemment ornées de bas-reliefs le représentant avec sa troisième femme. Le millionnaire y vivait cloîtré, organisant lui aussi des fêtes somptueuses et collectionnant les oeuvres d'art. A travers la figure de Katzone, Fellini condense ainsi allusivement des figures historiques et contemporaines de « super-mâles » mégalomanes¹¹.

Katzone est qualifié dans le scénario de « Playboy »¹². Fellini a sans doute également pensé, pour élaborer la citadelle du phallocrate, au « Manoir » de Hugh Hefner. L'empire immobilier berlusconien se situait lui aussi dans le prolongement du célèbre « Palais d'amour » d'Hefner. Le séducteur américain se fait photographe en 1962, posant à côté de la maquette d'un bâtiment

¹⁰ TASSONE Aldo, *Fellini 23 1/2: tous ses films*, Paris, Carlotta films, 2024, p. 1076.

¹¹ Aldo Tassone rapporte également que, selon Fellini, Katzone est imaginé comme un croisement entre le Comte Zaroff, un Casanova de seconde zone et d'Annunzio. Il est en outre comparé par l'exégète « à un épigone de Cesare Balbo, un ancien dignitaire qui accomplissait des rites orgiaques dans sa villa ». in *Ibidem*, p.1085.

¹² Fellini évoque en effet un personnage « moitié Playboy moitié Tarzan » rapporte encore Tassone, *ibidem*.

moderne et Berlusconi fera de même quelques années plus tard au dessus d'une reproduction miniaturisée de cette cité idéale qu'il veut construire.

Playboy, à travers différents médias traditionnels, a ainsi poursuivi un objectif fondamentalement politique à travers l'immobilier.

Francesca Martinez considère que ce

« n'est pas seulement un magazine au contenu plus ou moins érotique, il fait également partie de l'imaginaire architectural de la deuxième moitié du XXe siècle. Le magazine a fonctionné comme un cabinet d'architecture multimédia¹³. », nous dit-elle.

L'hôtel particulier d'Hefner servira d'inspiration au plateau du premier *reality show* de l'histoire de la télévision, diffusé en 1959. C'est en cela un exemple paradigmatique de la transformation de l'architecture à travers les moyens de communication du XXe siècle.

Approfondissant et redéployant la démarche d'Hefner, Berlusconi élabore à partir des années soixante-dix un « réseau multimédia tentaculaire » qui imbrique télévision, ville nouvelle, magazines et journaux.

Pour Berlusconi aussi, l'architecture est une des manières de spatialiser la sexualité de la société de surconsommation. Comme l'indique encore Francesca Martinez :

« Entre culture populaire et mass media, l'architecture des villas de Berlusconi constitue un prolongement de ses télévisions et de l'imaginaire pornographique qui s'y construisait¹⁴. »

Paul Preciado développe quant à lui la notion de « pornotopie » pour qualifier ces lieux au service du désir masculin. Hefner voulait faire de son Manoir un sanctuaire où il pourrait à sa guise recréer son propre univers. Il souhaitait se sédentariser au centre d'un habitacle préservé avec un contrôle total sur cet environnement artificiel. Il assimilait sa maison à un « Disneyland pour adulte ». Le club *Playboy* est ainsi configuré comme un gigantesque resort, tout comme l'habitat de Katzone qui est raccordé à un imposant parc thématique sexuel. Ce repaire a d'ailleurs été imaginé par Fellini comme étant un mélange entre le palais « d'Héliogabal et Disneyland¹⁵. »

Par ailleurs, Berlusconi introduit dans ses techniques de propagande un personnage vivant sous l'espèce de la *velina*. Il s'agit d'une soubrette télévisuelle de la culture populaire à la plastique artificielle et hyper-érotisée qui sert d'ornement au programme télévisuel.

Francesca Martinez mène une étude ample et détaillée visant à montrer comment le personnage de la *velina* contribue à la fabrication du charisme berlusconien. En analysant les soubassements

¹³ MARTINEZ Tagliavia Francesca, *Faire des corps avec les images: la contribution visuelle de la velina au charisme de Berlusconi*, Clermont-Ferrand, Institut universitaire Varenne, coll. « Collection des thèses », n° 121, 2016.

¹⁴ *Ibidem*, p. 41.

¹⁵ FELLINI Federico, *La cité des femmes*, Anna Buresi (trad.), Paris, Editions Albatros, coll. « Collection Ça/Cinéma », n° 26, 1980, p. 14.

culturels de cette culture visuelle de la *velina*, l'auteure révèle les liens étroits entre les médias, la fabrique des corps féminins et le charisme du gouvernant. Cette figure féminine devient une pièce centrale de la politique de l'image de Berlusconi, auquel elle transfère visuellement ses qualités glamour¹⁶.

L'imagerie élaborée par l'homme de communication sur les plateaux apparaît en cela comme un véritable lieu d'expérimentation des rapports entre publicité, intimité et politique. Il s'est en effet servi de l'Italie comme d'un laboratoire où se concevaient des images du pouvoir tout en se positionnant en animateur de cette opération anthropologique.

Le nom de Katzone évoque, quant à lui, celui d'un scientifique fou. Une séquence du scénario finalement non tournée aurait dû se dérouler dans ce qui est appelé un « fabuleux sanctuaire secret¹⁷ ». Il est précisé que cet espace, situé dans le souterrain de la demeure, tient à la fois de la « cave » et du « laboratoire de chimie ». L'installation globale devait évoquer un incubateur ou une écloserie pour serpents. Il est ainsi écrit que « dans ces grands cubes de cristal, grâce à une lumière et une alimentation extrêmement calculée, (Katzone) élevait de merveilleux spécimens féminins, hypersexués jusqu'au délire¹⁸. » L'atmosphère lumineuse des néons dans laquelle baigne la scénographie conçue par Dante Ferretti n'est d'ailleurs pas sans rappeler celle d'un bloc chirurgical¹⁹.

Hefner comme Berlusconi voulaient donc récréer leur fantasme totalisant dans des artefacts reproduisant des mondes en miniature. Le projet d'Hefner poursuit en cela certaines traditions de l'urbanisme utopique, ainsi que celle des maisons de verre du XIXe siècle²⁰. La villa Certosa de Berlusconi était elle aussi agrémentée d'un lac et d'un volcan artificiel, d'un zoo privé ainsi que d'une serre à orchidées. Francesca Martinez ajoute que

« D'autres ornements végétaux kitsch font de ce lieu une sorte d'île artificielle dans l'île (la Sardaigne), au ton orientaliste colonial et utopique, dans la filiation des îles

¹⁶ Les analyses de Francesca Martinez montrent bien que les *velina* constituent véritablement « un accessoire décoratif [...], un ornement du programme télévisuel ». En tant que « supplément au pouvoir du Cavaliere », elles sont des « aguicheuses de la marchandise informationnelle » ajoute-t-elle. Cf. Martinez Tagliavia Francesca, *Faire des corps avec les images : la contribution visuelle de la velina au charisme de Berlusconi*, Clermont-Ferrand, Institut universitaire Varenne, coll. « Collection des thèses », n° 121, 2016. Ces expressions peuvent être retrouvées p.15, p.48, p.52.

¹⁷ Cf. FELLINI Federico et Anna Buresi, *La cité des femmes*, Paris, France, Ed. Albatros, 1980.

¹⁸ Les corps felliniens ainsi conçus comme matériaux ductiles tels qu'allusivement figurés dans la salle de sport de *La cité des femmes* ou avec les sosies refaits de *Ginger et Fred*. Ces transformations ne sont pas évoquées certaines pratiques de Berlusconi qui tentait de faire oublier son âge avec le renfort de la médecine esthétique (lifting, injection de botox, implants capillaires, bronzage...). Accordant une grande importance à son physique comme arme de communication, Berlusconi voulait ainsi séduire en pratiquant régulièrement la chirurgie plastique.

¹⁹ Ajoutons que ce « temple-laboratoire » de Katzone s'oppose dans l'esprit de Fellini à un autre lieu d'expérimentation, le Grand Hôtel où ne cesse de refluer la foule des femmes. Le cinéaste le compare à une sorte d'officine où se déroulerait de multiples opérations d'« alchimie psychique » et où l'on tente de construire une nouvelle image de la femme.

²⁰ Notons que dans un précédent film de Fellini, *Les nuits de Cabiria* (1957), la maison de verre de la star Lazzari préfigurait celle de Katzone en marbre.

princières de plaisir. Comme le Manoir West de Hefner à Los Angeles, le kitsch exhibé de Villa Certosa croise les Folies et les faux décors naturels typiques de la fin du XVIII^e siècle, en rendant artificielle la nature, et en en faisant un décor « pompéien », décor typique de la pornographie, au début de son histoire²¹. »

Preciado affirme que « la maison Playboy agit comme un abri climatisé pop », ce qu'il nomme une « serre pharmaco-pornographique »²². Katzone évoque plusieurs fois un lieu où il cultive selon ses termes les « plus belles orchidées du monde », toutes « faites de chair fraîche » précise-t-il. Dans la chambre à coucher du bellâtre, Fellini semble notamment recréer une serre avec une verrière, des oiseaux exotiques et deux danseuses aux allures de *veline* qui se trémoussent devant Snaporaz²³.

En outre, l'appartement pour célibataire d'Hefner produit un régime domestique orchestré et chorégraphié par de multiples dispositifs techniques de surveillance et de reproduction audiovisuels. Ses pièces doivent être saturées de jouets technologiques et d'appareils vidéo d'enregistrement et de diffusion.

Une telle installation trouve à se matérialiser exemplairement dans un couloir que traverse Snaporaz, au long duquel se déclinent différentes cases qui représentent une compilation des dix-milles maîtresses de Katzone. 'Mises en boîte' dans une véritable chaîne de production, elles font office de devantures publicitaires, évoquant l'étalage d'un *peep show* autant qu'un catalogue de vignettes érotiques en trois dimensions.

Le lieu est doté d'un système technique permettant à la demande d'activer visuellement et auditivement telle ou telle vitrine, à l'instar du juke-box qui préside à l'entrée du lieu. Le dispositif optique et sonore confère au voyeur la sensation d'être au centre d'une machinerie qu'il actionne lui-même, lui donnant l'illusion de la dominer entièrement. Le parcours de Snaporaz est ponctué par l'allumage et l'extinction des différents portraits sous verre. Il prend alors l'air d'un téléspectateur qui zappe d'une image à l'autre et, comme s'il était sur un plateau de télévision, se laisse aller à une certaine forme d'exhibitionnisme. La laideur de l'imagerie ambiante et l'obscénité des enregistrements d'orgasmes déteint sur ses postures et expressions, qui sont de plus en plus vulgaires. On constate alors une aliénation progressive du corps de Snaporaz en raison de la

²¹ MARTINEZ Tagliavia Francesca et Yves Cohen, *Faire des corps avec les images : la contribution visuelle de la velina au charisme de Berlusconi*, Clermont-Ferrand, Institut universitaire Varenne, coll. « Collection des thèses », n° 121, 2016. p. 45

²² PRECIADO Paul B., *Pornotopie : Playboy et l'invention de la sexualité multimédia*, Paris, Éditions du Seuil, 2022, p. 33.

²³ Notons que si les lieux de villégiature de Berlusconi sont dotés d'un immense parc verdoyant et parfaitement entretenus, le domaine de Katzone apparaît au contraire enfoui dans une jungle luxuriante et inquiétante. Fellini indique en effet dans son scénario que le palais de Katoze est « entouré par un parc inculte, envahi de grandiose constructions végétales, pourries d'humidité, luisantes et obscènes ». Cf FELLINI Federico, *La cité des femmes*, Paris, France, Ed. Albatros, 1980, p. 74.

mécanique du désir enclenchée. Si ce lieu vise en apparence une intensification du plaisir, il révèle au final sa fonction directive, pour ne pas dire disciplinaire, en cela qu'il impose de jouir et conditionne un comportement qui s'automatise.

Le système mis en place par Hefner était notamment concentré dans un élément mobilier, le lit rotatif et électronique. Composé comme une énorme plateforme visuelle, il était utilisé à la fois comme table de travail, studio de télévision, alcôve. « Cette plateforme giratoire est comme une turbine au sein de l'usine multimédia du Manoir Playboy » résume Preciado. Le lit offert en cadeau par Vladimir Poutine à Berlusconi rappelle le grand plateau giratoire d'Hefner. Et dans l'ancre de Katzone, on en retrouve une évocation dans un nid d'amour molletonné et rosâtre. Ce type de canapé « Hollywood Regency » était à la mode à la fin des années 70 où les concepteurs aimaient revisiter le style des décors de films hollywoodiens comme ceux de Ginger Rogers et Fred Astaire.

Plus globalement, pour reconstituer cette sorte de *showroom* sordide, Fellini et Ferretti s'imprègnent aussi très certainement des poncifs du design et de l'industrie du luxe qu'impulsent les cabinets d'architecture intérieure de l'époque. Ceux-ci livraient alors « clé en main » le mobilier opulent et tape-à-l'œil des palais des puissants²⁴. Certains placements de produits de ces décorateurs se retrouvaient dans l'industrie culturelle qui déterminait les standards de l'imaginaire érotique, comme par exemple dans la série des romans *SAS* de Gérard de Villiers diffusée en Italie par la maison d'édition de Marina Berlusconi.

Fellini a perçu de façon précoce, dès *Toby Dammit* en 1968, le système télévisuel comme une puissante exploitation de formatage d'où sortent des êtres dupliqués.

Berlusconi, lui aussi, n'exerçait pas simplement une séduction directe par identification à sa personne, mais il savait « produire des clones, des médiateurs à son image, des copies fidèles. » qui mettaient en valeur leur référent, nous dit Pierre Musso²⁵. Tous devenaient des représentants «berlusclonés» pour reprendre sa terminologie²⁶. Le businessman savait notamment s'entourer de stars qui reflétaient son image pour vendre ses fables nombrilistes.²⁷

Fellini met en scène les effets délétères et inquiétants de cette industrie de duplication. Dans *Toby Dammit*, la parodie des Oscars est reconstruite dans un espace sombre évoquant une crypte.

²⁴ On pourrait possiblement songer à des décorateurs comme Angelo Donghia qui a meublé les extravagants *penthouse* de Donald Trump ou au français Claude Dalle, fondateur de la maison Roméo. Remerciements à Jeanne André pour ses suggestions documentaires.

²⁵ Cf MUSSO, Pierre. « Le phénomène Berlusconi : ni populisme ni vidéocratie, mais néo-politique », *OpenAIRE*, CNRS Éditions, 20 août 2019, p. 53.

²⁶ *Ibidem*.

²⁷ Cf Pierre Musso qui précise encore que « Berlusconi a poursuivi dans le domaine de politique le travail de l'industrie du divertissement en injectant les techniques de mises en scène qui transforment la vie quotidienne familiale en une fable consumériste. », *ibidem*, p.53.

Cette tonalité funèbre se retrouvera d'ailleurs dans la décrépitude de la propriété de Katzone. Son abri est en effet luxueux mais morbide et promis à devenir prochainement un vestige. L'édifice à la fois médiatique et mortuaire constitue aussi, par certaines formes et symboles, une troublante anticipation du mausolée de Berlusconi dans sa propriété d'Arcore. Celui-ci est une structure géométrique spectaculaire de cent tonnes de marbre. Une crypte souterraine renferme le sarcophage du « Prince », dont les murs représentent différents aliments pour que le défunt ait une subsistance dans la vie éternelle, dans le plus pur style pharaonique. S'inspirant également des tombeaux des empereurs romains, le sépulcre que Berlusconi s'est fait construire est parsemé de références ésotériques et franc-maçonniques, tout comme l'habitat cénotaphe de Katzone, qui regorge d'obélisques ou de boules de marbre.

En parlant de la télévision de l'ère Berlusconi, Fellini multipliait les métaphores, évoquant par exemple une « inondations catastrophique d'images ». Il ajoute encore :

« On a la sensation désagréable de participer à l'effacement progressif de toute ligne de séparation entre le réel et le représenté, une espèce de déréalisation à laquelle notre manière de regarder a dû se résigner²⁸. »

Le médium télévisuel est un facteur de désagrégation à différents niveaux : sa fragmentation semble infuser dans la collectivité et influencer sur l'environnement matériel, notamment urbain. Dork Zabunyan rappelle ainsi que « l'esthétique télévisuelle de l'époque semble contaminer des pans entiers de la société italienne » et que « l'esprit du berlusconisme [...] enveloppait aussi les faits et gestes d'une population²⁹. »

Intrusive, la télévision produit une nouvelle manière de vivre en changeant la nature même du spectateur, désormais plus impatient, d'un infantilisme tyrannique, voyeuriste. « Tout cela se passe chez vous, c'est une agression³⁰ », insiste Fellini. Le réalisateur ironisait volontiers sur la fonction purement décorative du téléviseur : « c'est un meuble. Il faut l'avoir chez soi, comme on a un frigidaire ou une machine à laver. Cela fait partie de l'électro-ménager et ce n'est pas un instrument de l'art³¹. »

Cette nouvelle télévision qui s'impose partout crée un écrasement des temps longs. Berlusconi, nous dit encore Dork Zabunyan, était « passé maître dans l'art de faire proliférer le temps

28 GRAZZINI Giovanni et Federico Fellini, *Fellini par Fellini entretiens avec Giovanni Grazzini*, Paris, Flammarion : Calmann-Levy, 1991, p.169.

29 ZABUNYAN, Dork. « Morale modeste, nouvelle critique ». *Trafic L'écran, l'écrit*, n° 100 (2016), p. 161..

30 BORDERIE Roger, *Fellini*, Paris, Duponchelle, coll. « L'arc », n° 45, 1990, p.66.

31 *Ibidem*.

présent.³² » Comme l'indique Anne-Violaine Houcke à propos de *Ginger et Fred*, « ce qui s'évanouit dans ce système spéculaire, c'est l'épaisseur de l'histoire, obscènement écrasée dans le présentisme d'un show en direct qui amalgame des sosies relevant d'espaces et de temps bien distincts³³. »

Berlusconi programme ainsi le rythme de vie accéléré de ses contemporains. La « quotidienneté borne définitivement l'horizon » selon la formule de Jean-Pierre Garnier, qui ajoute : « Dans ce temps qui passe où plus rien d'historiquement important n'est censé devoir se passer [...] on créera des événements ». Tout et n'importe sera donc événementiel, y compris l'architecture, pourvu que le vide de ce présent continu soit meublé. Il en résulte une architectonique supplée par un marketing urbain qui ignore toute notion de durabilité. Michel Chion note que les décors de *Ginger et Fred* donnent le sentiment de ne pas être terminés et semblent provisoires. L'agglomération de *La voce della luna* prend l'aspect d'une ville spontanée, construite à la va-vite, faite de bric et de broc, sans histoire propre. Cette bourgade se limite en définitive à une installation urbaine. C'est une sorte de ville à thème, attractive uniquement par ses manifestations médiatiques, comme l'aménagement festif en l'honneur des gnocchis. Ce qui doit être changé, par tous les moyens, c'est une image de marque, et non un cadre de vie.

Dès 1962 avec le court métrage *Les tentations du dottore Antonio*, Fellini s'amuse de l'érection d'un gigantesque panneau publicitaire dressé dans le quartier de l'EUR comme un nouveau centre de pèlerinage romain.

Cette prémonition anticipe les travaux d'un Robert Venturi quelques années plus tard, pour qui l'architecture vaut enseigne. L'une de ses images les plus fameuses est un panneau publicitaire indiquant « je suis un monument ». Avec son analyse de Las Vegas, Venturi pointait ainsi de façon caustique la transformation de la cité en pur espace d'affichage. C'est désormais la dimension communicationnelle de l'architecture qui l'emporte : est « beau ce qui communique de la façon la plus performante » résume Françoise Gaillard³⁴.

³² C'est l'un des parallèles que l'auteur tisse avec notre propre présent dans son ouvrage *Fictions de Trump*, en analysant la façon dont le président américain « nous plonge dans une temporalité inouïe » en générant « un affolement du fil des actualités » in ZABUNYAN Dork, *Fictions de Trump: puissance des images et exercices du pouvoir*, Cherbourg-en-Cotentin, le Point du Jour, coll. « Situations des images », 2020, p.12.

³³ HOUCKE, Anne-Violaine. *L'Antiquité n'a jamais existé : Fellini et Pasolini archéologues*. Presses universitaires de Rennes, 2022, p. 52.

³⁴ GAILLARD, Françoise. « De la raison au canard. Que dit l'architecture monumentale ? » *Les cahiers de médiologie*, Paris, n° 1, 1999, p.247-54.

Dans les derniers films du cinéaste, les médias reçoivent de plus en plus fortement le développement du paysage urbain³⁵. Cette imagerie semble alors devenue prééminente sur le bâti.

Les architectures remarquables ne servent plus que de socles, d'adjuvants pour les marques. Les constructions semblent s'agencer en fonction de l'emplacement et de l'orientation des panneaux publicitaires, et non l'inverse. Ces aplats s'élèvent en majesté comme les édifices autrefois, constituant en quelque sorte de nouveaux emblèmes post-historiques de la cité. Ces divers éléments tiennent place d'architectures d'exception qui suscitent la fascination, tandis que le reste de la ville devient repoussant et anonyme.

Exemplairement, lorsque Ginger arrive à Rome, une succession d'illustrations ostentatoires occultent Sainte-Marie-Majeure et se substituent aux façades des édifices. La standardisation des constructions médiocres comme les barres HLM génère un continuum indifférencié que décrit bien Serge Daney :

« un espace totalement abstrait où plus rien ne sépare le « "près" du "loin", où tout voisine avec tout et où rien ne communique avec rien. Mais n'est-ce pas l'espace désurbanisé, la banlieue universelle que la télévision a créée ? ³⁶. »

En outre, dans *Ginger et Fred*, Pascal Bonitzer mentionnait plus spécifiquement l'esthétique disgracieuse du siège de la firme où se déroule le *talk show*, une sorte de triple « pyramide(s) inversée(s) de métal et de verre noir³⁷ ». Pour parler de ce type de *buildings* contemporains, certains commentateurs parlent de « pornographie architecturale »³⁸, phénomène amplifié de nos jours par les réseaux sociaux. Ces constructions excessives, aux motifs complexes et aux formes essentiellement cumulatives, se présentent d'abord comme des images à consommer en un coup d'oeil, à l'instar de logos ou de slogans. Réduite à une simple abstraction esthétique, ces constructions disproportionnées doivent provoquer immédiatement un sentiment de jouissance visuelle et alimentent par le jeu de la surenchère la frustration du spectateur dans un vertige formel obsédant et écoeurant. Fellini semble aussi pressentir cette nouvelle fonction de l'architecture contemporaine, et n'accorde du reste à ce méga équipement que quelques plans furtifs.

Berlusconi se rêvait en « Dieu de la cité de l'homme » pour reprendre l'expression de Pierre Musso. Il avait notamment déclaré : « Je ferai une ville dans laquelle il y aura tout, de la clinique où

³⁵ Notons que dans la société italienne cette tendance ne cessera de se développer dans les années suivantes, avec la multiplication des affiches électorales géantes de Forza Italia, le parti politique du Cavaliere.

³⁶ DANEY Serge, *Ciné journal. Volume I, 1981-1982*, Paris, Cahiers du cinéma, 1998.

³⁷ BONITZER Pascal, « La cité dolente », *Cahiers du cinéma*, n° 381, mars 1986.

³⁸ L'expression anglaise *ruin porn* se retrouve dans un certain nombre de travaux référencés dans le mémoire de master de JACQUELIN François, « Ruin porn », sous la direction de Laurent Devisme, Ecole nationale supérieure d'Architecture de Nantes, 2018, p. 145.

l'on naît jusqu'au cimetière ». Pour s'opposer à cette planification démiurgique, Federico Fellini répond en artisan et façonne un véritable fouillis. Pour *La Voce della luna*, il affirme :

« Pour construire ce village, je me suis transformé en maître maçon, en forgeron, en architecte, en urbaniste. J'ai construit le village à la fois le plus hétérogène, le plus singulier et le plus évident possible. [...] Mais le tout vu de telle sorte qu'il finit par devenir invisible, comme les objets que nous avons quotidiennement sous les yeux. Comme le flux incessant d'images que la télévision nous déverse dessus chaque jour et qui finit par s'auto-effacer, s'auto-annuler³⁹. »

Le bourg s'accorde bien à une phrase de Luc Baboulet qui se réfère à Las Vegas comme à « une vaste mise en scène de documents d'architecture⁴⁰. » Les éléments composants ce faux bourg global ne sont que des stéréotypes, des échantillons représentatifs d'un hameau générique. Le réalisateur ajoute encore :

« Mais il ne peut symboliser complètement l'Italie actuelle parce qu'il n'a aucun caractère régional. C'est un village transnational, pour ainsi dire. [...] Dans l'ensemble il évoque une telle quantité de références archiconnues qu'il en perd toute connotation particulière, tout caractère personnel, toute identité. Il est si banal et transparent qu'il rejoint toutes les dimensions possibles.⁴¹. »

Fellini fustige donc les dérives de l'urbanisme commercial. L'affairisme libéral le plus débridé détermine désormais la physionomie de la ville, la déforme jusqu'à la déstructuration. Tout dans la gestion urbaine qui se trame sous nos yeux ramène au dysfonctionnel.

Dans cet ombilic villageois où la vie s'organise exclusivement autour du fétichisme de la marchandise, l'espace urbain transfiguré par le médiatique se caractérise par une saturation de signes, d'animations, de reflets, d'accessoires de toute sorte. L'attention du citoyen est sans cesse parasitée, et sa vision de promeneur perpétuellement encombrée. La logique d'un « tout signalétique » totalement illisible remplace le symbolique : « l'idée s'absorbe dans l'immédiateté de l'image » selon la formule de Françoise Gaillard⁴².

Cette invasion des foyers par la télévision est d'autant plus frappante que dans *La voce della luna* les espaces domestiques semblent devenus inhabitables. Les villageois se trouvent délogés par des apparitions inopinées, de mauvaises ondes qui font bouger les meubles, d'incessants déménagements. Celui de Marisa et Nestore est à cet égard symptomatique : tandis que la vie intime du couple s'expose dans la rue, Nestore reste seul dans son appartement vide, avec pour seule compagnie sa machine à laver qu'il surnomme affectueusement « ma belle lavandière »⁴³.

³⁹ COSTANTINI Costanzo, *Conversations avec Federico Fellini*, Paris, Denoël, 1995, p. 218.

⁴⁰ BABOULET Luc, « Du document au monument », *Communications*, vol. 71, n° 1, 2001, p. 435-463.

⁴¹ *Ibidem*, p. 219

⁴² GAILLARD Françoise, « De la raison au canard. Que dit l'architecture monumentale ? », *Les cahiers de médiologie*, vol. 7, n° 1, Gallimard, 1999, p. 254.

⁴³ Progressivement, les lieux de vie semblent se vider tandis que les antennes et publicités prolifèrent et que la luminosité des écrans inonde les espaces domestiques, altérant la réalité la plus intime des habitants. De multiples espaces sont ainsi réinvestis par la culture médiatique : la ferme du début est transformée en une sorte de cabinet érotique éclairé par un téléviseur grésillant, la salle des mariages « Las Vegas » est ornée de portraits de footballeurs etc.

Déracinés, les êtres s'agrègent dans les friches les plus reculées pour tenter de fonder de nouvelles communautés, avec plus ou moins de succès.

Des sans domicile fixe tentent de trouver refuge dans les caveaux d'un cimetière isolé : si les monuments sont désertés par les morts, ils peuvent peut-être encore servir aux vivants : mais un certain nombre de ces ouvrages ont malheureusement déjà pris l'aspect bidimensionnel de panneaux publicitaires, à l'instar des pierres tombales ou mausolées réduits à d'illusoires parois peintes. Les plaques funéraires ou cartels des morts renvoient eux aussi, ironiquement, aux encarts du consumérisme.

Les jeunes du village cherchent également un asile au sein d'un entrepôt désaffecté, mais le collectif qui s'y reforme reste totalement inféodé à la culture médiatique dominante. Transformé en boîte de nuit, l'ancien bâtiment industriel retrouve alors une fonction de manufacture, puisque les danseuses ne semblent, aux yeux d'Ivo, que des duplicatas. L'esthétique du clip publicitaire prédomine dans ce qui semble être devenu un gigantesque studio de télévision, avec ses spots et ses miroirs déformants.

L'Eglise témoigne le plus significativement de cette désaffectation des anciens cultes et des lieux de mémoire, à l'heure du berlusconisme triomphant. Forme architecturale indéterminée, elle n'est pas constituée de pierres mais de plastique. C'est un bloc standardisé qui évoque un container, structure légère, démontable, transportable caractéristique de cette société du tout-venant. Elle n'est pas seulement enveloppée dans un emballage, elle se réduit à celui-ci. Il s'agit en quelque sorte d'une « architecture hangar » pour reprendre les termes de Robert Venturi⁴⁴, ou encore d'un prototype de bâtiment réduit à sa plus simple expression formelle. Dans ce volume cubique, les habitants stockent des reproductions de vierges en plâtre, similaires aux bibelots manufacturés et bas de gamme du marché alentour. C'est un emblématique monument sans fonction, sans mémoire, sans occupant, totalement inutile⁴⁵.

Le vide de l'Eglise et la sidération qui clôturent l'ultime séquence du dernier long métrage de Fellini semblent préfigurer le surgissement de Berlusconi sur la scène politique quelques années plus tard. Abasourdis, les divers commentateurs d'alors ont pu parler d'« accident » ; de « cas italien », d'« anomalie » pour qualifier celui qui était alors parvenu à concentrer les pouvoirs.

⁴⁴ Cf VENTURI Robert, Denise SCOTT BROWN et Steven IZENOUR, *L'enseignement de Las Vegas ou le symbolisme oublié de la forme architecturale*, Bruxelles, Mardaga, 2000.

⁴⁵ Centrale mais déserte, l'église de plastique témoigne bien d'un vide spirituel prégnant dans les dernières images du film, lorsque la communauté de la bourgade s'est rassemblée, non autour de ce simili, mais d'un dispositif monumental concurrent, celui des écrans géants. Agencement de panneaux, l'église comme possible support de projection est donc concurrencée par ces écrans et, auparavant, par un autre volume qui accueillait d'autres « croyants » en quête de communion, la boîte de nuit investie par les jeunes.

Berlusconi a réussi à investir l'espace vacant du politique après l'opération judiciaire dite des « Mains propres » qui éclaboussa des partis traditionnels. Il occupa cet espace par un mélange de séduction publicitaire et d'utopie plébiscitaire⁴⁶. Avec lui, le « rien » est devenu progressivement le coeur du débat italien.

Maniant les récits et les symboles, il personnalisait à l'extrême le pouvoir en s'employant à promouvoir son image de « self-made man ». Oscillant entre séduction et communion, son attrait politique conjugait l'érotisme à la religiosité, Berlusconi aimant se présenter comme un faiseur de miracles⁴⁷.

Fellini n'a cessé quant à lui, tout au long de sa filmographie, de mettre en scène la tombée des illusions succédant à de « faux miracles » construits de toute pièce par les puissants. Dans les dernières minutes de *La voce della luna*, un écran géant est installé sur la place du village pour diffuser la capture de la lune, mais l'astre n'a rien à révéler, la toile reste totalement vierge et muette. L'imposture des pouvoirs prestidigitateurs est soudainement révélée par le projecteur lunaire, qui renvoie les villageois à leur vacuité intellectuelle, morale et spirituelle. Fellini filme l'effroi et le vertige qui saisit subrepticement un collectif qui ne supporte pas de ne plus être aveuglé. L'effondrement du simulacre s'accompagne ainsi d'une désintégration de la communauté.

Certains plans de cette éclipse inopinée du système informationnel et politique ricochent de façon étonnante avec des images diffusées par les chaînes d'information en continue lors des funérailles de Berlusconi. Sa disparition laisse transparaître sur les écrans géants installés devant la cathédrale de Milan, à la fois les signes de la discorde qu'il laisse dans la société civile et l'hébétude momentanée de ses successeurs populistes. La stupéfaction et la confusion ainsi laissées en legs par le Cavaliere juste que dans sa dernière image, monumentale et médiatique comme il se doit, serait sans aucun doute pour Fellini, s'il on en croit l'irruption de la boule noire dans *Prova d'orchestra* (1979), le ferment pour l'établissement d'un nouvel État postdémocratique.

DAMIEN ANGELLOZ-NICOUD

Communication prononcée dans le cadre de la journée d'étude « *La « première République » est morte : vive la République ? Trente ans de cinéma italien face au berlusconisme (1994-2024)* » co-organisée par Dork Zabunyan et Matthieu Combe, Université Paris 8, 29 avril 2025.

⁴⁶ Cf MUSSO Pierre, *Le temps de l'État-Entreprise: Berlusconi, Trump, Macron*, Paris, Fayard, 2019.

⁴⁷ Cette notion revient à de multiples reprises dans des déclarations de Berlusconi telles que « je suis simplement un entrepreneur qui fait des miracles. » ou encore « Maintenant, tous ensemble, nous devons faire le nouveau miracle italien ».

BIBLIOGRAPHIE

- BABOULET Luc, « Du document au monument », *Communications*, vol. 71, n^o 1, 2001, p. 435-463.
- BONITZER Pascal, « La cité dolente », *Cahiers du cinéma*, n^o 381, mars 1986.
- BORDERIE Roger, *Fellini*, Paris, Duponchelle, coll. « L'arc », n^o 45, 1990.
- COSTANTINI Costanzo, *Conversations avec Federico Fellini*, Paris, Denoël, 1995.
- COUSIN Bruno, « Refonder Milan : Silvio Berlusconi et la promotion de nouveaux quartiers pour les classes supérieures », *Questions de communication*, n^o 25, Éditions de l'Université de Lorraine, 31 août 2014, p. 41-60.
- DANEY Serge, *Ciné journal. Volume I, 1981-1982*, Paris, Cahiers du cinéma, 1998.
- FELLINI Federico, *La cité des femmes*, Anna Buresi (trad.), Paris, Editions Albatros, coll. « Collection Ça/Cinéma », n^o 26, 1980.
- GAILLARD Françoise, « De la raison au canard. Que dit l'architecture monumentale ? », *Les cahiers de médiologie*, vol. 7, n^o 1, Gallimard, 1999, p. 247-254.
- GRAZZINI Giovanni et Federico Fellini, *Fellini par Fellini entretiens avec Giovanni Grazzini*, Paris, Flammarion : Calmann-Levy, 1991.
- HOUCHE Anne-Violaine, *L'Antiquité n'a jamais existé: Fellini et Pasolini archéologues*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « Collection PUR cinéma », 2022.
- JACQUELIN François, « Ruin porn », mémoire de master soutenu à l'École Nationale Supérieure d'Architecture de Nantes, sous la direction de Laurent Devisme, janvier 2018, p. 145.
- MARTINEZ TAGLIAVA Francesca, *Faire des corps avec les images: la contribution visuelle de la velina au charisme de Berlusconi*, Clermont-Ferrand, Institut universitaire Varenne, coll. « Collection des thèses », n^o 121, 2016.
- MUSSO Pierre, « Le phénomène Berlusconi : ni populisme ni vidéocratie, mais néo-politique » *OpenAIRE*, CNRS Éditions, 20 août 2019.
- MUSSO Pierre, *Le temps de l'État-Entreprise: Berlusconi, Trump, Macron*, Paris, Fayard, 2019.
- MUSSO Pierre, « « Bunga bunga » berlusconien et vélinisme néo-télévisuel », *Hermès*, n^o 69, n^o 2, 2014, p. 91.
- PRECIADO Paul B. Auteur et Serge Mestre, *Pornotopie: Playboy et l'invention de la sexualité multimédia*, Paris, France, Éditions du Seuil, 2022.
- SUSCA Vincenzo, « Phénoménologie de Silvio Berlusconi », *Sociétés*, vol. 84, n^o 2, 2004, p. 41.
- SUSCA Vincenzo, Alberto Abruzzese, Franco Ferrarotti, Michel Maffesoli et Isabelle Mansuy, *A l'ombre de Berlusconi: les médias, l'imaginaire et les catastrophes de la modernité*, Paris Budapest Torino [etc.], l'Harmattan, coll. « Questions contemporaines », 2006.

TASSONE Aldo et Valentina Forte, *Fellini 23 1/2: tous ses films*, Paris, Carlotta films, 2024.

Venturi Robert, Denise Scott Brown et Steven Izenour, *L'enseignement de Las Vegas ou le symbolisme oublié de la forme architecturale*, Bruxelles, Mardaga, 2000.

ZABUYAN Dork, *Fictions de Trump: puissance des images et exercices du pouvoir*, Cherbourg-en-Cotentin, le Point du Jour, coll. « Situations des images », 2020.

ZABUYAN Dork, « Morale modeste, nouvelle critique », *Trafic*, L'écran, l'écrit, n° 100, décembre 2016, p. 161-166.