

Le lieu qu'une époque occupe dans le processus historique se détermine de manière plus pertinente à partir de l'analyse de ses manifestations discrètes de surface, qu'à partir des jugements qu'elle porte sur elle-même. Ceux-ci, en tant qu'expression des tendances du temps, ne sont pas des témoignages concluants sur l'état d'esprit global du siècle. Les premières, par leur caractère inconscient, donnent directement accès au contenu fondamental de la réalité existante.

Siegfried Kracauer, « L'ornement de la masse »

C'est un peu le projet qu'avait Walter Benjamin dans *Passagenwerk* : s'attacher à des détails, à des choses infimes que dédaignent les historiens et les sociologues, et par leur maillage arriver au portrait d'une époque, avec la symbolique du passage comme on la trouve chez Aragon ou Cortázar... mais je ne dois pas en dire trop, ou je vais me faire taper.

Guillaume le Chat (*alias* Chris Marker),
« Tranche d'immémoire », *Libération*, 8 janvier 1999

Pas de pouvoir sans image.

Marie-José Mondzain, *Image, icône, économie*

INTRODUCTION GÉNÉRALE

I. L'IMAGE DU POUVOIR : ILLUSION OU RÉALITÉ ?

La critique courante de l'image de Silvio Berlusconi renvoie l'image à une pure « illusion », au règne de l'éphémère, du superficiel et du « mensonge » : c'est un pouvoir qu'il faudrait « démasquer », comme on arracherait d'un visage son masque¹. La dimension de l'image est renvoyée à une « superstructure », qui refléterait une réalité infrastructurelle à laquelle seules les disciplines « politiques » autorisées, telles que la sociologie et les sciences politiques pourraient accéder. De matrice platonicienne, cette vision dualiste s'inscrit dans une longue histoire de reproches contre l'image dont l'argument principal est celui de l'aliénation. La réduction du visuel à une dimension secondaire de la culture va jusqu'à entraîner sa condamnation chez le critique littéraire marxiste Fredric Jameson, pour qui « le visuel est essentiellement pornographique »². D'un côté, le visuel serait une dimension futile de l'existence, qui fait de l'individu qui s'y consacre un esthète, un hédoniste, voire un parasite de la société. Ce paradigme retire aux études visuelles toute possibilité de collaboration avec les sciences sociales,

1 Les métaphores du *roi nu* et du *masque* du pouvoir se retrouvent, par exemple, chez des auteurs aussi différents que FERRARIS, Maurizio, « L'addio al pensiero debole che divide i filosofi. Ferraris e Vattimo discutono il manifesto del « New Realism » che propone di riportare i fatti concreti al centro della riflessione », *La Repubblica*, 19 août 2011 ; SANNINO, Conchita, *La bolgia : Silvio a Napoli. La vera storia dietro la maschera*, Milan, Il Saggiatore, 2010 ; PANARARI, Massimiliano, *L'egemonia sottoculturale. L'Italia da Gramsci al gossip*, Turin, Einaudi, 2010, p. 36 ; ZANARDO, Lorella, MALFI CHINDEMI, Marco & Cesare CANTÙ, *Il corpo delle donne*, documentaire de 25', 2009. En ligne : [www.ilcorpodelledonne.net] ; ZANARDO, Lorella, *Il corpo delle donne*, Milan, Feltrinelli, 2010.

2 JAMESON, Fredric, *Signatures of the Visible*, New York, Routledge, 1990, p. 1.

et se résout en une condamnation pure et simple de l'image. De l'autre, le visuel fonctionnerait comme un principe d'aliénation, inversant la hiérarchie entre apparence et réalité, masquant la substance authentique du monde social. Ici, c'est l'accusation d'esthétisation qui retentit, une accusation qui trouve sa justification théorique dans les sciences sociales chez Émile Durkheim, dont la méfiance à l'égard de l'esthétique repose sur la distinction kantienne opposant le beau à l'utile³. C'est à partir de ces prémisses, que nous avons engagé ce travail.

Or, c'est justement cette opposition que le capitalisme contemporain et la société globalisée de l'image mettent en échec, et de manière flagrante. Dans l'économie contemporaine l'image sexualisée du corps beau est entièrement valorisée en un sens capitaliste : *le beau est entièrement utile*. L'accusation d'esthétisation vient des philosophes de l'École de Francfort, qui montraient comment l'hégémonie progressive de la dimension esthétique dans le social était un phénomène fonctionnel de l'avancée capitaliste. Pour Theodor W. Adorno, l'industrie culturelle, déterminant la fin de la distinction entre art noble et art populaire, légitimerait l'existant : le visuel se ferait ainsi le lieu de *l'aliénation* de l'individu-consommateur des biens culturels de masse⁴. Au même moment, Walter Benjamin dénonce le processus d'esthétisation de la politique à l'œuvre dans la montée des régimes nazi et fasciste, à la fin du fameux essai sur *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*⁵. La critique de l'esthétisation du monde trouvera enfin son aboutissement dans la critique du « Spectacle » de la société bourgeoise de consommation avec Guy Debord et les Situationnistes, pour faire retour ensuite dans la critique de la spectacularisation de la politique avec Berlusconi, sous la forme d'une esthétique pathologique, symptôme superficiel de la maladie du corps social. La *velina*, danseuse de l'émission commerciale italienne *Striscia la notizia*, pourrait être considérée comme la figure emblématique de cette maladie esthétique-politico-morale. Telle est la piste que nous avons empruntée, au début de cette recherche.

D'une part, l'aguchement sexuel et marchand pratiqué sur le plateau télévisuel par la *velina* à partir de 1989 représenterait l'accomplissement de la « révolution

3 « C'est que le domaine de l'art n'est pas le réel », affirme Durkheim dans sa démonstration. DURKHEIM, Émile, « La culture esthétique – L'enseignement historique », in Id., *L'éducation morale*, avertissement de Paul Fauconnet, Paris, Presses universitaires de France, 1963, p. 229. Le rapport de Durkheim à l'image est néanmoins plus nuancé de ce qu'il n'y paraît. Nous y ferons référence dans la conclusion générale de ce travail.

4 ADORNO, Theodor W., *Théorie esthétique*, traduit de l'allemand par Marc Jimenez, Paris, Klincksieck, 1974, p. 317.

5 Voir BENJAMIN, Walter, « L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique », in *Œuvres*, vol. 3, traduit de l'allemand par Maurice de Gandillac, Rainer Rochlitz et Pierre Rusch, Paris, Gallimard, coll. « Folio essais », 2000, première version (1935) p. 67-113, dernière version (1939) p. 269-316. Le concept d'esthétisation de la politique sera au centre des interprétations historiques du nazisme et du fascisme, chez Peter Reichel et Simonetta Falasca-Zamponi. Voir REICHEL, Peter, *La fascination du nazisme*, traduit de l'allemand par Olivier Mannoni, Paris, Odile Jacob, 1993 ; FALASCA-ZAMPONI, Simonetta, *Fascist Spectacle : The Aesthetics of Power in Mussolini's Italy*, Berkeley, University of California Press, 1997.

anthropologique » que dénonçait Pier Paolo Pasolini dans les années 1960. La forme des corps féminins – à la plastique « artificielle » et hyper-sexualisée – en fournirait la symptomatologie. D'autre part, la diffusion du « berlusconisme » – avec ses manifestations esthético-sociales comme le « vélinisme » – aurait amené à désertier le terrain de la critique des rapports sociaux, devenus pur *glamour*. Silvio Berlusconi serait l'animateur de cette opération anthropologique, et le grand metteur en scène du spectacle de Bas-Empire, qui signera sa némésis à la fin des années 2000. Nous avons écarté par la suite cette hypothèse, frappée par ce paradoxe que, tout en relevant l'importance de l'image dans l'exercice du pouvoir de Berlusconi, une telle critique renvoie l'image au domaine de l'illusion, excluant du même geste la possibilité d'en analyser les stratégies⁶. La grande iconophilie de Berlusconi est combattue par une violente iconophobie : une haine des images, qui bloque la vision et constitue un écran qui sauvegarde le pouvoir⁷. L'objectif de cette thèse est au contraire celui de montrer une manière de percer l'écran de ce pouvoir.

Premièrement, si la critique admet que l'on soit à une ère où la réalité est entièrement esthétisée et médiatisée par les images, alors logiquement l'analyse de l'image devrait permettre d'en démystifier les mécanismes d'aliénation, a fortiori si le commandement de Berlusconi repose sur des savoirs, sur des pratiques et sur des techniques de l'image savamment maîtrisés.

Deuxièmement, l'idée selon laquelle le public serait capturé de manière annihilante par les logiques d'abstraction et d'aliénation du Capital est elle-même une mystification de la réalité, car elle enlève aux spectateurs-consommateurs leur capacité à se réapproprier et à interpréter les produits culturels⁸.

Troisièmement, si les *veline* sont les symboles de la réification du corps féminin, la critique ne leur reconnaît aucune réflexivité, aucune subjectivité, aucune *capacité*. La déshumanisation est un effet de l'attitude surplombante de la critique. Enfin, le travail de l'image quotidien et invisible des travailleuses du spectacle fournit une contribution fondamentale à la construction visuelle du « charisme » – au sens de Max Weber – de Silvio Berlusconi⁹. Ce qui revient à dire que les *veline* contribuent activement au

6 Un argument développé par Barbara Carnevali dans *Le apparenze sociali. Una filosofia del prestigio*, Bologne, Il Mulino, 2012.

7 Au sujet de l'iconophobie, voir MITCHELL, W. J. T., *Cloning Terror, Ou la guerre des images du 11 septembre au présent*, traduit de l'anglais par Maxime Boidy et Stéphane Roth, Paris, Les Prairies ordinaires, 2011.

8 Nous renvoyons à l'*Active audience theory*, courant des *Cultural* et des *Media studies* prônant le fait que les publics ne sont pas passifs devant les productions médiatiques, mais contribuent activement à la production du sens. Le modèle du « codage/décodage » forgé par Stuart Hall est le point de départ de cette théorie. Voir HALL, Stuart, « Codage/décodage », *Réseaux*, vol. 12, n° 68, 1994, p. 27-39.

9 WEBER, Max, *Économie et société*, vol. 1, *Les catégories de la sociologie*, traduit de l'allemand par Julien Freund, Pierre Kamnitzer, Pierre Bertrand et al. ; sous la direction de Jacques Chavy et d'Éric de Dampierre, Paris, Pocket, 1995, p. 320-333.

pouvoir de Silvio Berlusconi durant le *ventennio*¹⁰. Les *veline* agissent au sein d'un ensemble d'installations et d'opérations matérielles et immatérielles conduites à l'intérieur des entreprises médiatiques – éditeurs, réalisateurs de programmes télévisuels, producteurs, travailleurs de l'industrie culturelle et esthétique – chorégraphiant l'intimité comme une fiction pornographique à travers des appareils de reproduction audiovisuels. Le dispositif visuel du charisme à l'ère Berlusconi comprend les discours et les actes d'une multiplicité d'acteurs, depuis les politiciens faisant partie de la coalition des gouvernements Berlusconi jusqu'aux journalistes anti-berlusconiens et aux opposants politiques, mais également de la presse, des magazines de *gossip*, ou du célèbre film de Nanni Moretti *Le Caïman*, tout comme il comprend les discours autour du « charisme » de Berlusconi et les images de ce « charisme ». L'annexion visuelle du corps de la *velina* au corps du chef constitue une fonction spécifique du « charisme » du chef, car elle lui assigne visuellement ses qualités *glamour* d'excitation et de désirabilité. La « féminité » du chef qui en découle est le résultat d'un complexe d'actes d'image visant à instaurer avec l'électorat un lien d'amour et à susciter en celui-ci du désir pour sa propre domination. Si le chef est un objet d'amour idéalisé autour duquel se constitue le groupe, l'image de la *velina* contribue à la construction de ce « charisme ».

Posons pour le moment ces questions théoriques et méthodologiques : peut-on penser l'image comme un agent actif à l'intérieur des rapports de domination, et pas seulement comme leur cristallisation ? Peut-on interroger une image, telle celle de la *velina*, comme étant capable de *réaliser* et de *montrer* la connexion entre la visualité et le commandement ?

II. DE L'IMAGE DE LA *VELINA* AU CHARISME DE BERLUSCONI

Comme Ondine, l'héroïne aquatique du monologue de Ingeborg Bachmann, la *velina* est une représentante d'une dynastie plurimillénaire, recueillant en sa figure le legs des anciennes Sirènes, des Nymphes aquatiques, de Mélusine au corps squameux, et peut-être même d'Ophélie abandonnée dans le fleuve. Renouant avec les figures aquatiques mythiques et avec les femmes qui jouent avec leur iconicité, mobilisant des stéréotypes visuels archétypiques, la *velina* est néanmoins et surtout une artiste aussi bien qu'une figure de la subalternité féminine face au code patriarcal. Une figure liminaire, objet d'une fascination extraordinaire, dont l'art « mineur » de soubrette télévisuelle de la culture populaire ne s'intègre pas à l'histoire « noble » de la culture « haute ». C'est pourquoi aucune monographie ne lui est consacrée, ni en

10 Le terme de *ventennio* (« vingt ans ») pour désigner la longueur des différents gouvernements Berlusconi fait référence au *ventennio* fasciste. Paul Ginsborg et Enrica Asquer par exemple, observant que cette période s'étend de 1994 à 2010, écrivent que « c'est une période longue, presque autant que le fascisme ». GINSBORG, Paul & ENRICA ASQUER (dir.), *Berlusconismo. Analisi di un sistema di potere*, Rome-Bari, Laterza, 2011, p. VIII.

tant qu'artiste, ni en tant qu'œuvre : la *velina* apparaît comme une artiste sans personnalité¹¹. Mais son art, au contraire, est loin d'être impersonnel : si dans le contexte italien, la figure de la *velina* ne possède pas la noblesse de la prophétesse, elle possède la marginalité des figures corruptrices et corrompues.

Depuis 2009, Lorella Zanardo a consacré tous ses efforts à sortir l'image de la *velina* de la semi-obscrité *spectaculaire* dans laquelle elle restait confinée. Un documentaire, deux livres sur la marchandisation des corps féminins à la télévision et des centaines d'articles ont réussi à produire un double effet : aujourd'hui la *velina* est devenue *visible*, et on voit des couvertures de livres italiens publiant les écoutes téléphoniques des « *veline* » berlusconiennes, sur lesquelles campent des gigantographies d'effeuilleuses anonymes, comme pour les sortir de l'invisibilité. Mais par ailleurs, effet pervers, Zanardo (avec ses épigones) occupe désormais une position de quasi-monopole dans la critique italienne à son endroit : des programmes d'éducation aux médias pour l'école enseignant aux élèves à ne pas être « passifs » devant les images des *veline*, des rencontres sur tout le territoire national expliquant le danger moral de la chirurgie esthétique, des interventions dans les *talk shows* télévisuels, etc., Zanardo est la voix qui fit et qui fait encore voir la *velina*.

La réflexion de Zanardo est centrée sur la dénonciation du rapport entre le pouvoir économique, politique et médiatique de Berlusconi et la marchandisation des corps féminins à la télévision, dont la *velina* est le symbole. Pourtant, elle ne thématise pas le rapport, au sein de la représentation, entre image, différence et genre, dans la spécificité du contexte italien. En effet, les représentations sexualisées des femmes sont l'expression de rapports sociaux historiques et intimement noués à la construction des altérités. Double méprise : le corps de la *velina réifié* dans l'écran télévisuel devient, pour Zanardo, une *illusion*. En outre, ce n'est plus le système des rapports de pouvoir réifiant le corps de la *velina* qui fait l'objet de la critique, c'est la *velina* elle-même qui devient une *falsification des corps des femmes réelles*. La « vie réelle » s'oppose à la « vie sur l'écran », selon l'interprétation platonicienne et pathologique du visuel que nous avons déjà dénoncée¹². Réalité et représentation sont essentialisées jusqu'à en annuler

11 Vaut ici le constat que font Angela McRobbie et Jenny Garber dans leur article « Filles et subcultures », quand elles écrivent que « Lorsque les filles apparaissent, c'est soit pour renforcer, sans aucun regard critique, l'image stéréotypée des femmes qui nous est si familière... – je songe par exemple à la référence de X [...], à ces « adolescentes passives, bêtes, crûment maquillées » – soit pour être présentées de façon rapide et marginale », McROBBIE, Angela & Jenny GARBER, « Filles et subcultures », in GLEVAREC, Hervé, Éric MACÉ & Éric MAIGRET (dir.), *Cultural Studies : Anthologie*, Paris, Armand Colin, 2008, p. 81-82.

12 La vision *mainstream* de Zanardo, considérant qu'il y a un hiatus entre « réalité » et « représentation médiatique », femmes « réelles » et femmes à l'écran, fait l'objet d'une critique approfondie de Zapperi et Gribaldo. Dans le sillage des historiennes de l'art et des critiques du cinéma féministes, les auteures partent du présupposé que la réalité est toujours produite par les représentations. En outre, écrivent-elles, « la rhétorique de la normalité féminine (qui fait écho, à maints égards, à un « réel » à opposer avec force à la déformation médiatique) se base trop souvent sur des métaphores maternelles et nationales, dans lesquelles les « femmes italiennes » sont présentées comme un groupe cohérent,

la construction réciproque, et la *velina* devient l'incarnation de la féminité immorale et du collectif pathologique.

A. La culture visuelle de la *velina*

C'est pourquoi nous nous sommes mise à regarder la *velina* non pas du point de vue de sa réification, de sa domination et de son immoralité, mais du point de vue de sa productivité, de sa créativité, en commençant par lui reconnaître une place significative dans l'histoire visuelle de l'Italie contemporaine ; un statut social singulier de travailleuse précaire de l'industrie culturelle ; une subjectivité complexe capable d'auto-réflexivité ; et un rôle significatif dans la construction du pouvoir de Berlusconi.

Nos sources seront constituées d'abord par les images de la télévision italienne. C'est la méthode employée par Zanardo pour la *velina*. Il aura fallu ajouter au catalogue de Zanardo des images qui constituent la dimension « figurale » de la *velina* – des photographies des *Tiller Girls*, des *Signorine Grandi Firme* et des Jeunes Italiennes fascistes du début du XX^e siècle, aux photographies des *escort-girls* de la « pornotopie » berlusconienne, en passant par les images des jeunes femmes érotisées du cinéma sexy des années soixante-dix. Ce travail iconographique a été inauguré par Alessandra Gribaldo et Giovanna Zapperi, dans un livre qui constitue, grâce à la réflexion féministe sur le rapport entre l'image et la production du genre, notre point de départ théorique concernant le pouvoir du visuel dans la production de la féminité. Or la posture des auteures assimile la *velina* à l'*escort-girl* et ne reconnaît pas d'*agency* à la *velina*, en tant que travailleuse du spectacle. Cette critique ne peut donc pas établir un rapport entre l'*agency* de la *velina* et le commandement politique.

B. Les pratiques de production de l'image

Nous avons dit que la biographie de l'artiste est inexistante ; impossible, dès lors, de fonder sérieusement un argumentaire sur l'étude de l'œuvre au miroir de la vie de la *velina*, de trouver dans celle-ci la raison de celle-là, sans nous faire raconter sa vie par une *velina* en chair et en os : Giulia Calcaterra, *velina* de l'édition 2012-2013 de l'émission *Striscia la notizia* (Mediaset). Les *pratiques de production* de l'image de Giulia vont nous renseigner sur la vie quotidienne d'une travailleuse du spectacle, sur la structuration des rapports de pouvoir à l'intérieur de l'économie esthétique, sur la constitution matérielle de la visibilité berlusconienne, et sur les tactiques de l'image de la travailleuse. Une préoccupation qui hérite des études cinématographiques féministes et *queer* (Laura Mulvey, Teresa De Lauretis) et des études culturelles britanniques¹³.

homogène, identitaire », voir GRIBALDO, Alessandra & GIOVANNA ZAPPERI, *Lo schermo del potere. Femminismo e regime della visibilità*, Milan, Ombre Corte, 2012, p. 55.

13 On se référera tout particulièrement, dans ce travail, à la relecture féministe du concept de « scopophilie » par Laura Mulvey en relation au cinéma hollywoodien, à propos duquel la théoricienne

Dans notre manière de faire, nous nous servirons d'abord d'une approche sociologique de l'industrie culturelle afin de reconstruire le fonctionnement des interactions sociales dans le milieu des intermédiaires culturels de la *velina*. Nous effectuerons une étude sociologique du monde du travail de l'image afin de saisir la logique des interactions sociales qui le gouvernent.

Nous effectuerons ensuite une analyse pragmatiste (inspirée des travaux de Goffman et de Garfinkel) de la vie quotidienne de Giulia et de ses manières d'incorporer son image, son personnage et son étiquette, entre soumission à la loi du regard masculin et micropolitiques de l'image. L'analyse pragmatiste consistera dans l'indivision de l'enchaînement pragmatique de différents types d'« actes » – de langage, d'image, institutionnels, sexuels et d'autre nature – dans l'analyse des incorporations de l'image par Giulia. Nous ferons usage des approches microsociologiques de la vie quotidienne centrées sur la réflexivité. Une approche anthropologique de l'efficacité des images montrera qu'il faut situer ces pratiques de l'image dans le cadre de l'organisation d'un culte médiatique, fondé sur la croyance au pouvoir de l'image, soudant une communauté esthétique et politique. L'approche pragmatiste de l'image mettra en valeur les éléments relationnels qui se tissent tout autour de l'« œil de l'intermédiaire » dans la fabrication *en réseau* de l'image de la *velina* et de l'image de Berlusconi. Nous observerons ainsi les manières dont le monde de la *velina*, son corps et son image se co-construisent par des médiations humaines et non humaines, par des dispositions visuelles, qui forment un « dispositif visuel ». Mais nous verrons également, dans le sillage de *L'Invention du quotidien* de Michel de Certeau, comment la *velina* met en œuvre des « tactiques visuelles » et des *infrapolitiques de l'image* au quotidien, qui sont ambivalentes en tant qu'elles constituent tout autant son *agency* individuelle qu'elles sont accaparées, annexées au corps-image de Berlusconi, fondant son charisme sexuel¹⁴.

La catégorie de sources que nous avons – pour ainsi dire – « inventées » comporte les images des émissions *Striscia la notizia* et *Veline*, dans lesquelles Giulia performe son travail artistique au quotidien, et son *récit de soi* à propos de ses pratiques

parle d'une structuration genrée du champ visuel, entre le regard masculin, qui détermine un point de vue actif sur les objets, et la passivité féminine en tant qu'objet érotique du regard masculin (*male gaze*). Voir MULVEY, Laura, « Plaisir visuel et cinéma narratif », *CinémAction*, n° 67, 2001, p. 17-23 (traduction partielle). Avec la notion de « technologies du genre », Teresa De Lauretis propose de penser le genre comme une technologie du sexe au sens de Michel Foucault, c'est-à-dire comme le produit de technologies sociales, dont font partie les représentations médiatiques. Le genre est une représentation, au caractère *naturel* de laquelle on *croit* ; par suite cette représentation est performative et *construit* effectivement le genre ; cette construction enfin, s'opère grâce à des « technologies de genre » différentes (des œuvres cinématographiques aux discours institutionnels). Voir DE LAURETIS, Teresa, *Théorie queer et cultures populaires : de Foucault à Cronenberg*, traduit de l'anglais par Marie-Hélène Bourcier, Paris, La Dispute, 2007.

- 14 À la suite de de Certeau, Nicholas Mirzoeff parle de « tactiques de l'image ». Voir MIRZOEFF, Nicholas, *An Introduction to Visual Culture*, Londres, Routledge, 1999, p. 8. Nous forgeons l'expression d'*infrapolitiques de l'image*, d'après SCOTT, James C., *La Domination ou les arts de la résistance : Fragments du discours subalterne*, traduit de l'anglais par Olivier Ruchet, Paris, Éditions Amsterdam, 2008.

quotidiennes de l'image, en interaction avec les différents acteurs de son industrie. Dans cette biographie de l'artiste, nous avons choisi de ne recueillir que des images directement produites par elle, laissant de côté la comparaison avec d'autres figures féminines ornementales de la télévision italienne, ainsi qu'une perspective comparative avec d'autres pays. C'est pourquoi, cette étude de la *velina* reste nationale et spécifiquement orientée à partir d'une seule expérience, celle de la *velina* Giulia Calcaterra. D'une part, son expérience est exemplaire – elle est à la fois une *velina* et elle porte un regard critique sur son travail et son « monde ». D'autre part, nous avons privilégié la profondeur de l'analyse à la considération d'un échantillon plus vaste. Nous avons mené un entretien avec Anna, une *escort-girl* du réseau de Berlusconi, ainsi qu'une conversation informelle avec Valentino, un dirigeant public familier avec le monde des festins berlusconiens. Ces deux entretiens apportent des matériaux inédits sur le rapport entre image, sexe et pouvoir.

Or il fallait raccorder en dernière instance le plan empirique relatif à la *matérialité* de la visualité – le plan de celle que nous avons plus tard qualifié d'*image distribuée* – avec le pouvoir politique berlusconien. En effet, la subjectivité et le rapport de domination dans lequel la *velina* est insérée pose la question suivante : qui profite du travail de la *velina*, à la fois en termes économiques qu'en termes politiques ?

C. Le charisme

La *velina* évolue dans un monde dont Berlusconi est l'« autorité première », au sommet des hiérarchies. C'est à travers l'entreprise Mediaset dont la *velina* est une salariée que Berlusconi construit ses tranches de public à partir de la fin des années 1980. La *velina* est une pièce centrale de la politique de l'image de Berlusconi, car c'est à travers elle que le *leader* tisse avec l'électorat une relation faite de passions et de croyances essentielles, tout autour de la sexualité. La capitalisation du temps des spectateurs cristallisé dans l'image hypersexualisée de la *velina* est directement liée à une pratique personnelle d'asservissement, dans le cadre d'un commandement fondé sur l'incitation à l'amour de la domination.

Pourtant, le rapport de la *velina* au charisme de Berlusconi n'occupe qu'une place marginale chez Zanardo et chez la grande majorité des critiques de la culture qui s'en sont occupés, à l'exception du livre d'Ida Dominijanni, intitulé de manière emblématique *Il trucco* – signifiant en même temps « trucage » et « maquillage » –, qui travaille le rapport « charismatique » entre femmes et Chef⁵. Mais cette absence s'explique facilement. Ceux qui n'aiment pas la figure de la *velina* ne l'aiment pas précisément à cause de son quotient « charismatique ». « C'est charismatique » est bien souvent un jugement péjoratif. Si en revanche on aime la figure de la *velina*, cela doit être grâce à sa charge charismatique, à son *glamour*. Tel est le point de vue de Zanardo.

15 DOMINIJANNI, Ida, *Il trucco : sessualità e biopolitica nella fine di Berlusconi*, Rome, Ediesse, 2014.

Or à nos yeux, c'est justement dans son travail « charismatique » que résident l'originalité et l'importance de la figure de la *velina*. Notre façon de voir son œuvre est radicalement opposée à celle de Zanardo ou des féministes du mouvement *Se non ora quando* ?¹⁶ Il y a dans ce renversement plus qu'un changement de goût. Le problème du charisme n'est pas un problème de mode : « plus » ou « moins » charismatique. Tout comme le charisme de Staline, de Hitler et de Roosevelt, le charisme de Silvio Berlusconi est à penser non pas comme une catégorie pour mesurer combien Berlusconi serait « charismatique », mais comme une notion analytique, abordée du point de vue de l'image.

La question de l'autorité du chef fait partie d'une problématique qui traverse toute la modernité, et qui au passage entre XIX^e siècle et XX^e siècle assume des proportions totalement nouvelles, comme l'a montré Yves Cohen : « là se définissent de nouvelles hiérarchies privées ou étatiques à des échelles inédites et se forment des sciences qui justifient et le commandement et le chef tout en les étudiant et en les assistant¹⁷ ». Un « besoin de chef » est formulé de tous bords, et à ce besoin les spécialistes du *management* et de la politique donnent des réponses nouvelles, qui engendrent de nouvelles formes de gestion du travail et de commandement politique¹⁸. Berlusconi entre à plein titre dans cette histoire de l'autorité au XX^e siècle, et constitue l'une des dernières manifestations du « siècle des chefs ». La crise de l'autorité qui se détermine dans les années 1980 n'appelait pas nécessairement une réponse ayant forme de « chef ». Berlusconi réactive l'histoire du besoin et surtout du *désir* pour le chef, et en réinvente en partie les modalités, sur la base des technologies à sa disposition. C'est l'expertise développée sur le terrain de l'image grâce à son empire des médias, qui va être utilisée dans son commandement charismatique, sous forme d'influence et d'incitation. La spécificité du phénomène italien se manifeste par la situation de monopole médiatique dans les mains de l'entrepreneur Silvio Berlusconi et par le renforcement de ce monopole privé, grâce au pouvoir politique que l'entrepreneur acquiert à partir de 1994. Le principe de la séparation des pouvoirs et des différentes fonctions de l'État – garant du respect des libertés fondamentales dans les régimes démocratiques – tombe.

Ce travail veut ainsi connecter les pratiques visuelles de la gouvernementalité néolibérale, c'est-à-dire le plan des normes et des pratiques de l'image qui produisent le social, avec le plan du commandement charismatique, c'est-à-dire le plan des politiques de l'image comme formes d'incitation. Les pratiques de l'image de la *velina*

16 Après l'explosion des scandales sexuels de Silvio Berlusconi, le 13 février 2011 une grande manifestation est convoquée par des intellectuelles regroupées en collectif sous le nom « Se non ora quando ? » (*Si pas maintenant, alors quand ?*), qui ouvrira une grande réflexion collective sur les rapports entre représentation visuelle et représentation politique des femmes. Les deux textes de convocation à la manifestation sont de DE GREGORIO, Concita, « Dove siete donne ? Diciamo : ora basta », *L'Unità*, 19 janvier 2011 ; et du groupe « Se non ora quando ? », le 30 janvier 2011. SE NON ORA QUANDO ?, site web du collectif. [www.senonoraquando.eu]. Consulté le 23 septembre 2015.

17 COHEN, Yves, *Le siècle des chefs : une histoire transnationale du commandement et de l'autorité (1890-1940)*, Paris, Éditions Amsterdam, 2013, p. 12.

18 *Ibid.*, p. 27.

s'entrelacent aux pratiques discursives et à d'autres types de pratiques politiques, scientifiques, techniques et sociales qui fabriquent le commandement.

Le charisme est un problème qui touche les domaines philosophique, sociologique et politique à la fois. Dans le contemporain, le charisme a rarement été pensé sous le régime de l'image, et encore moins du point de vue d'une image marginale de la culture populaire, telle que celle de la *velina*. Opposons, à titre d'exemple, la définition traditionnelle qu'en donne le *Trésor de la Langue Française* et la définition qu'en propose Max Weber. Le *Trésor de la Langue Française* définit entre autres le charisme comme une « Autorité, fascination irrésistible qu'exerce un homme sur un groupe humain et qui paraît procéder de pouvoirs (quasi) surnaturels¹⁹ ». Max Weber, dans *Économie et société* donne une définition toute contraire du charisme : « la croyance en la qualité extraordinaire [...] d'un personnage, qui est, pour ainsi dire, doué de forces ou de caractères surnaturels ou surhumains ou tout au moins en dehors de la vie quotidienne, inaccessible au commun des mortels ; ou encore qui est considéré comme envoyé par Dieu ou comme un exemple, et en conséquence considéré comme un « chef »²⁰ ». Pourtant Weber établit une distinction à cet égard : il parle de « croyance », c'est-à-dire d'*attribution* à un personnage de caractéristiques exceptionnelles, *par les autres*.

En redécouvrant le pouvoir archaïque des images, et en déterminant la domination globale de l'image – celle que Marie-José Mondzain qualifie d'*iconocratie* – le contemporain redéfinit en même temps son rapport au charisme²¹. Les théoriciens contemporains des images ne se sont pas occupés de charisme visuel, à l'exception d'Éric Michaud, dans son travail sur les portraits photographiques de Hitler, et de Giuliana Parotto dans son travail sur l'iconographie sacrale de Berlusconi²². Cela prouve que la question de la production du charisme par l'image n'est pas encore intégrée. Aussi notre hypothèse peut-elle se formuler de cette façon : si l'œuvre de la *velina* a pour nous quelque force, quelque vie, c'est parce que nous ressentons son ambivalence ; c'est parce que nous identifions, dans son *glamour* précisément, une « charge charismatique ». À l'inverse, une Zanardo, ou une Michela Marzano, vivent dans le monde du *Trésor de la langue française*²³. La tâche qui s'impose alors à nous est la

19 TRÉSOR DE LA LANGUE FRANÇAISE INFORMATISÉ, www.cnrtl.fr, entrée « charisme ». En ligne : [http://www.cnrtl.fr/definition/charisme]. Consulté le 13 septembre 2015.

20 WEBER, Max, *Économie et société*, vol. 1, *op. cit.*, p. 320.

21 Par le concept d'*iconocratie*, la philosophe Marie-José Mondzain désigne le gouvernement par les images, une organisation du visible qui induit l'adhésion des sujets par la soumission du regard, à un pouvoir ayant monopolisé les productions symboliques. Voir MONDZAIN, Marie-José, *L'Image peut-elle tuer ?*, Paris, Bayard, 2002.

22 Nous nous référons en particulier dans ce travail, à MICHAUD, Éric, « Les portraits de Hitler sont-ils charismatiques ? », in BONFAIT, Olivier & Brigitte MARIN (dir.), *Les portraits du pouvoir*, actes du colloque organisé par Olivier Bonfait et Brigitte Marin « Lectures du portrait du pouvoir entre art et histoire », Rome, Villa Médicis, 24-26 avril 2001, Paris /Rome, Somogy et Académie de France à Rome, 2003, p. 176-191. Voir également PAROTTO, Giuliana, *Sacra officina. La simbolica religiosa di Silvio Berlusconi*, Milan, Franco Angeli, 2007.

23 MARZANO, Michela, *Sii bella e stai zitta*, Milan, Mondadori, 2010.

suivante : comprendre comment il est possible de porter sur l'œuvre marginale d'une *velina* un regard qui soit également politique. Mais cela implique de saisir aussi pourquoi on a longtemps sous-estimé son action, selon une tradition qui « centralise » tout le pouvoir dans les mains du *Capo*. Des raisons historiques expliquent tant le point de vue de Zanardo, que le nôtre. Nous nous demanderons comment la culture « centralisée » du charisme en est venue à définir la *velina* comme un accessoire décoratif, un supplément du pouvoir ; dans quelle mesure elle lui échappe, et s'apparente plus pour nous à une Ménade grecque qui escorte son Dieu, ou à une prêtresse du culte politique et sacré de la sexualité.

Il faudra donc regarder l'œuvre et la subjectivité de la *velina* en interrogeant, en dernière analyse, le concept de charisme. Or plusieurs méthodes, plusieurs formes d'interrogations s'offrent à nous. Classons-les par ordre croissant d'intérêt.

§ 1. D'abord les études sur la représentation « charismatique » de Berlusconi dans les médias. Nous les utiliserons assez peu, parce que notre attention se porte sur le charisme en relation à des figures féminines qui n'ont *a priori* aucun pouvoir, comme les *veline* de la télévision italienne : nous sommes plus proches de Weber (la *relation* entre le Chef et ceux qui y croient) que du *Trésor*. De plus, en localisant le charisme dans le domaine de la réification des corps féminins dans les médias, ces études se placent d'emblée dans un clivage images/réalité typique de la tradition platonicienne, et n'offrent donc aucune possibilité de la critiquer. C'est ce qui fait strictement de la *velina*, une victime silencieuse du pouvoir du chef et fait dire à Nadia Urbinati, prenant comme contre-exemple la féministe Mary Wollstonecraft : « comme dans le cas des femmes victimes de la violence du tyran, il est urgent que se lèvent des voix de critiques, des voix de femmes. Ce silence qui corrompt l'air²⁴ ». Le charisme en revanche est un concept transversal qui vise à recoller ce qui a été dissocié, à saisir l'interaction entre le Pouvoir et l'art « mineur » de la *velina*, à montrer l'image et la parole active de cette dernière dans la construction du pouvoir.

§ 2. Nous devons mettre à part les livres de Marco Belpoliti, Federico Boni et Giuliana Parotto²⁵. Par leur argumentaire, ils se rattachent à la catégorie précédente, celle qui centralise le charisme dans le corps du chef. Mais ils lui adjoignent un point de vue original, le « corps médial », et toute une documentation issue des théories des médias. Le but du livre de Belpoliti est le suivant : montrer la construction, par Berlusconi, de son propre charisme par l'image photographique qu'il commande. Boni élargit la perspective, en y incluant

24 URBINATI, Nadia, « L'Italia, il potere e il silenzio delle donne », *La Repubblica*, 30 juin 2009.

25 BELPOLITI, Marco, *Berlusconi : Le Corps du chef*, traduit de l'italien par Jean-Pierre Cometti, Paris, Nouvelles Éditions Lignes, 2010 ; BONI, Federico, *Il corpo mediale del leader : rituali del potere e sacralità del corpo nell'epoca della comunicazione globale*, Rome, Meltemi, 2002 ; Id., *Il Superleader. Fenomenologia mediatica di Silvio Berlusconi*, Rome, Meltemi, 2008.

également les autres productions médiales du chef, et le livre de Parotto centre la question sur la production politique du « double corps » du souverain.

La lecture de ces livres produit une sensation ambivalente ; une accumulation de matériaux de toute sorte pour prouver que Berlusconi exerce son pouvoir par l'image, et parallèlement : ce foisonnement de formes, ces solutions si variées, pourquoi les réduire à un principe d'organisation unique et forcément très général ? Notre démarche est inverse : nous partons des marges, de l'« ornement » du charisme, et nous serrons la singularité au plus près, le rapport entre l'image de la *velina* et l'image du chef, convaincue que le secret du charisme de Berlusconi ne réside pas dans la racine de l'arbre, mais dans le rapport entre celle-ci et la dernière fleur de la branche.

§ 3. Le livre d'Ida Dominijanni centre la question du pouvoir de Berlusconi, configurant un empire de la jouissance, par opposition à l'empire de la loi. Dans une perspective post-lacanienne, cette approche a le mérite de cerner les qualités *affektives* et *relationnelles* du paradigme politique berlusconien, mais d'une part, elle considère l'image comme illusion, et de l'autre, elle confère à Berlusconi des qualités de « revenant » destinées à fonctionner comme des spectres pour l'avenir.

§ 4. Enfin, voici des textes qui abordent le charisme d'un point de vue plus problématique, et qui constituent nos références principales.

A. Yves Cohen, avec son histoire du commandement, nous apporte les outils méthodologiques pour dénaturiser, dépersonnaliser le charisme et montrer comment il consiste en une co-construction sociale, qui a une histoire, des techniques, et des pratiques consolidées depuis un siècle, entre *management* et commandement politique.

B. Éric Michaud, avec son analyse de la construction photographique de Hitler, nous offre la possibilité de saisir la manière dont la nature relationnelle du charisme se produit dans l'image et à travers l'image, par l'identification du peuple au chef et la croyance à l'image.

Quel est en fin de compte le centre, le sujet de notre thèse : la *velina* ou le charisme ? Nous répondons évidemment que c'est la *relation* entre la *velina* et le charisme. Il n'y a donc pas de centre, mais un décentrement.

Un travail qui confronterait diverses expériences, montrant les actions concertées de plusieurs travailleuses du spectacle, reste à faire. Un autre chemin – que nous n'avons pu suivre – engagerait l'examen des processus de construction des corps des spectateurs-électeurs, en vertu du mécanisme d'imitation déclenché par le chef et la *velina*, comme modèles de subjectivité et de corporalité. Nous avons dû mettre de côté

cet aspect, parce qu'il était nécessaire de montrer au préalable la connexion entre la *velina* et le politique.

III. LES *VISUAL STUDIES* :

POUR UNE CRITIQUE VISUELLE DE LA VIE QUOTIDIENNE

Contrairement aux approches dominantes qui ont affecté l'image à une dimension épistémologique marginale, les *Visual Studies* permettent de mettre à profit et d'exploiter pleinement la centralité de la visualité dans la construction contemporaine du politique. Depuis leur émergence à la fin des années 1980 à la croisée d'une double généalogie – entre « New Art History » et *Cultural Studies* britanniques – les *Visual Studies* ont fait de cette assomption leur programme. L'invention de la *culture visuelle* comme objet d'investigation savante par les *études visuelles* correspond en effet à une série de déplacements épistémologiques majeurs par rapport à l'histoire de l'art, que nous reprenons à notre compte et dont voici quelques points saillants, qui éclairent en partie le sens de notre démarche²⁶.

A. Quelles « études visuelles » ?

Le champ des *Visual Studies* s'enracine dans les *Cultural Studies* britanniques, prenant pour point de départ une posture marxiste inspirée par les travaux de Richard Hoggart, Raymond Williams, Stuart Hall et Edward P. Thompson. Ceux-ci s'intéressent aux pratiques sociales populaires, abordées pour la première fois comme des pratiques signifiantes, et observées à travers les relations de pouvoir qui les traversent, les institutions auxquelles elles sont connectées, les discours qu'elles matérialisent, et les effets qu'elles engendrent. Des effets portant sur la reproduction des structures de l'idéologie dans la formation des sujets, mais affectant aussi bien les dispositions émancipatrices des consommateurs des biens de l'industrie culturelle, mettant en œuvre des

26 L'usage du syntagme « *Visual Culture Studies* », par opposition à celui de « *Visual Studies* » fait l'objet d'une discussion. Voir SMITH, Marquard (dir.), *Visual Culture Studies. Interviews with Key Thinkers*, Londres, Sage, 2008, Introduction, « What's in a Name : Visual Culture or Visual Studies or Visual Culture Studies ? », p. 8-11. L'expression « culture visuelle » est à entendre comme une dimension caractérisant la visibilité dans la culture contemporaine, ou comme une dimension de la culture présente à chaque époque ? Quels objets cette « culture » est censée recouvrir : images ou expériences visuelles ? Objets ou constructions socio-culturelles qui impliquent aussi, par exemple, les conditions de la spectralité ? Nous sommes d'accord avec Antonio Somaini, quand il écrit que : « les études visuelles peuvent et doivent constituer une entreprise historique et éventuellement généalogique, puisque leur champ d'investigation, les différentes formes de l'expérience visuelle, a une histoire qui se déploie en concomitance avec l'histoire des images et la multiplicité des facteurs sociaux, culturels et technologiques qui nous entourent et qui structurent le processus de voir et les conditions de la spectralité ». SOMAINI, Antonio, « On the "Scopic Regime" », *Leitmotiv. Motivi di estetica e di filosofia delle arti*, n° 5, 2005, p. 25-38.

pratiques de réappropriation et de resignification subculturelles²⁷. Dans le sillage des *Cultural Studies*, les *Visual Studies* prennent en compte des objets d'étude délaissés par l'histoire de l'art traditionnelle, comme les images de la culture populaire, les représentations médiatiques des industries culturelles, la société du spectacle, les politiques de la représentation, les politiques de l'identité, le simulacre, le panoptisme, le fétichisme, le voyeurisme, les régimes scopiques, la production de l'Autre racial ou sexuel par les représentations médiatiques, le regard masculin ou les manières de voir. La préoccupation des études visuelles est l'analyse des *rapports de pouvoir* qui se forment à travers ces thèmes, objets et textes de la culture visuelle. Dans ce travail, nous élevons d'abord à la dignité d'objet un « objet » de la culture visuelle populaire italienne contemporaine, la *velina*. Ensuite, l'analyse des pratiques visuelles de la vie quotidienne nous permet de montrer comment la *velina* fabrique son image au quotidien, en coopération avec son « monde ». Nous pouvons ainsi avoir une vue précise des aspects liés au travail contemporain de l'image dans l'industrie du spectacle télévisuel en Italie, autant que des pratiques de production empirique de la visualité, c'est-à-dire du commandement par l'image.

B. Quelle « culture visuelle » ?

La première apparition du syntagme « culture visuelle » survient en 1982 chez l'historienne de l'art Svetlana Alpers, qui expliquera plus tard qu'elle « n'étais [t] pas en train d'étudier l'histoire de la peinture hollandaise, mais la peinture comme une partie de la culture visuelle hollandaise [...] ». C'était pour se focaliser sur les notions concernant la vision (le mécanisme de l'œil), sur les dispositifs de production de l'image (le microscope, la *camera obscura*) comme ressources culturelles reliées à la pratique de la peinture²⁸ ». De même, la culture visuelle de la *velina* comprend non seulement des images de la télévision, du cinéma, de la photographie de marketing et de propagande politique, mais également les ressorts de la vision (l'« œil » savant des intermédiaires culturels ; l'infra-politique de l'image), les dispositifs de production de l'image (le

27 Les *Cultural Studies* privilégient l'observation de l'action des acteurs culturels avec les objets, plutôt qu'une observation de l'objet seul. Voir à ce propos l'introduction de HALL, Stuart & Tony JEFFERSON, (dir.), *Resistance Through Rituals : Youth Subcultures in Post-war Britain*, Londres, Routledge, 1993, p. 5-8. Pour une introduction française aux *Cultural Studies*, se référer à CERVULLE, Maxime & Nelly QUEMENER, *Cultural Studies : théories et méthodes*, Paris, Armand Colin, 2015 ; et au classique CHANEY, David, *The Cultural Turn : Scene-setting Essays on Contemporary Cultural History*, Londres, Routledge, 1994.

28 ALPERS, Svetlana, réponse au « Visual Culture Questionnaire », *October*, vol. 77, 1996, p. 26. C'est nous qui traduisons. Ceci est valable, dorénavant, à chaque fois que le nom du ou des traducteurs n'est pas indiqué. Voir Id., ALPERS, Svetlana, *L'Art de dépeindre. La peinture hollandaise du XVII^e siècle*, traduit de l'anglais par Jacques Chavy, Paris, Gallimard, 1990. *L'Art de dépeindre* est une étude de la description hollandaise du dix-septième siècle, de la représentation, des images, de l'apparence, de la cartographie et de la visualité : c'est la première étude de « culture visuelle ». Pour une discussion au sujet de la vision comme un fait historiquement, culturellement, socialement et techniquement déterminé, voir SOMAINI, Antonio, « The Concept of Visual Culture and the Historicity of the Eye », in AUTELITANO, Alice (dir.), *The Cinematic Experience. Film, Contemporary Art, Museum*, Udine, Campanotto, 2010, p. 32-50.

casting, le *shooting* télévisuel) et les institutions qui permettent à Berlusconi d'exercer sa pratique personnelle d'asservissement.

C. L'image, entre matérialité et abstraction

Les *Visual Studies* étudient non pas la signification de l'image, mais les pratiques de production de la signification qui sont au cœur de tout produit visuel. Ces pratiques configurent des technologies culturelles et visuelles – comme le panoptique foucauldien – qui « réinventent les relations entre voir et savoir, comme mutuellement constitutives²⁹ ». Ainsi, nos objets d'étude visuelle sont aussi bien des objets visuels proprement visibles, comme les images matérielles que produit la *velina* et comme les images de Berlusconi produites par ses intermédiaires culturels, que les *actes différents qui les rendent possibles* et qui les font agir, et que les *actes d'image*, c'est-à-dire les effets de croyance que les images sont censées engendrer. Si ce travail s'intitule *Faire des corps avec les images*, l'inspiration en est évidemment la théorie des actes du langage de John L. Austin, et les possibilités qu'elle ouvre pour penser toute sorte d'« actes » matériels, d'image, sexuels, etc. Nos « objets » visuels sont également les schémas invisibles des représentations collectives qui conditionnent les manières de voir, de regarder, de penser, de désirer et de vivre de la *velina* en relation à ses capacités subjectives : les stéréotypes visuels de la féminité qu'elle doit intégrer. Ce sont également ses manières de *s'arranger*, de *s'écarter*, d'*adhérer* et de « bricoler » avec le pouvoir des images. Il n'est pas paradoxal que l'objet principal des études visuelles ne soit pas l'imagerie visuelle, mais bien ses conditions de possibilité sociales, économiques, culturelles et historiques et les manières dont celle-ci peut être détournée au sein d'un projet d'émancipation sociale. L'image, écrit W. J. T. Mitchell, est « un jeu complexe entre visualité, appareils, institutions, corps et figurabilité³⁰ ». Ainsi, nous prenons comme premier objet d'étude une *culture* des images, essentielle à la formulation du savoir du monde, et centrale pour la définition de l'autorité politique. Le champ privilégié des études visuelles est tout ce qui – discours et pratiques – permet l'image ; ainsi que tout ce que l'image permet.

D. Notions fondamentales

Voici notre usage de quelques concepts fondamentaux. Le concept de « visualité » se réfère au registre visuel dans lequel l'image et sa signification opèrent, constituant l'« ordre visuel hégémonique » à une certaine époque³¹. Le concept d'« appareil » se réfère aux médias par lesquels les images sont produites et circulent ; et « institution » se réfère au complexe des relations sociales organisées grâce auxquelles les images sont produites et circulent et dont fait partie la corporation Mediaset de Berlusconi. Le

29 EVANS, Jessica & Stuart HALL (dir.), *Visual Culture : the Reader*, Londres, Sage, 1999, p. 3.

30 MITCHELL, W. J. T., « The pictorial turn », in *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago, University of Chicago Press, 1994, p. 13.

31 Voir MIRZOEFF, Nicholas, « On Visuality », *The Journal of Visual Culture*, vol. 5, n° 1, 2006, p. 59.

« visuel » comprend inextricablement toutes ces dimensions, en interaction réciproque et pas dans un ordre de causalité³². Enfin, la visibilité est la précondition de la vision et de la visualité³³. Nous ferons un usage économe de ces concepts, qui sont utiles néanmoins pour nommer des régimes différents du visuel, dans lesquels nous pouvons resituer notre discours. Nous utiliserons en effet surtout le langage utilisé par la *velina* Giulia Calcaterra. Notre objectif n'est pas de redéfinir le visuel, mais bien d'en enrichir l'analyse, au croisement entre culture visuelle populaire et autorité.

E. Une méthode expérimentale

L'analyse de la culture visuelle contemporaine appelle, on l'aura compris, à la mobilisation et à l'articulation expérimentale d'approches épistémologiques très différentes issues des sciences humaines et sociales – histoire de l'art, *Cultural Studies*, sociologie, anthropologie, études de genre, *media studies*, études post-coloniales, sciences politiques, entre autres. C'est une pratique qui met à l'honneur l'interdisciplinarité, au sens que lui donne Roland Barthes, quand il écrit que « l'étude interdisciplinaire consiste à créer un nouvel objet, qui n'appartient à personne³⁴ ». Se pose néanmoins la question de savoir *comment* articuler « image » et « texte ». Les images sont souvent traversées de langage ; aussi, quand bien même l'image serait auto-référentielle, abstraite, non verbale, non représentative et non narrative comme dans la peinture moderniste, elle existe au sein d'une théorie non représentative de l'image³⁵. Comme l'explique W. J. T. Mitchell, l'abstraction visuelle de la peinture moderniste n'a aucun sens en dehors des discours élaborés par la théorie de l'art moderniste³⁶. En outre, le pouvoir dénotatif de l'image est tout autre que sa charge connotative : le sens de l'image existe précisément dans l'espace ouvert par la différence entre ces deux ordres de signification³⁷. Enfin, les études visuelles sont impensables sans les « discours » au sens de Michel Foucault : parfois, des discours éclairent des images, et d'autres fois les images éclairent les discours. Dans tous les cas, les images *font avec* les discours. Ainsi

32 Voir MITCHELL, W. J. T., « Showing Seeing : A Critique of Visual Culture », *The Journal of Visual Culture*, vol. 1, n° 2, 2002, p. 165-166.

33 Pour une revue de ces différents concepts, voir MITCHELL, W. J. T., « The Pictorial Turn », *op. cit.*, p. 13-16.

34 BARTHES, Roland, *Jeunes chercheurs*, in Id., *Essais critiques*, vol. 4, *Le bruissement de la langue*, Paris, Éditions du Seuil, 1984, p. 107. Le premier « père » de l'analyse visuelle interdisciplinaire comme « tactique » plutôt que comme discipline – plus proche en cela du modèle de l'anthropologie que du modèle de l'histoire de l'art – aura pourtant été Aby Warburg. D'ailleurs, c'est à l'Institut Warburg que Michael Baxandall enseigne dans les années 1970, et c'est en dialogue avec son livre, *L'Œil du Quattrocento*, que Svetlana Alpers va développer l'idée de « culture visuelle » en relation à la Hollande. Voir BAXANDALL, Michael, *L'Œil du Quattrocento : L'usage de la peinture dans l'Italie de la Renaissance*, traduit de l'anglais par Yvette Delsaut, Paris Gallimard, 1985.

35 Voir BARTHES, Roland, « Rhétorique de l'image », *Communications*, n° 4, 1964, p. 40-51.

36 Sur la perception sociale de l'art abstrait, voir MITCHELL, W. J. T., « Ut Pictura Theoria : la peinture abstraite et la répression du langage », traduit de l'anglais par Charles Penwarden, *Les Cahiers du Musée National d'Art Moderne*, n° 33, 1990, pp. 78-95.

37 BARTHES, Roland, *S/Z*, Paris, Éditions du Seuil, 1976, p. 15.

la relation entre image et théorie se situe-t-elle, dans les études visuelles, sur un plan de réciprocité horizontale, et non de causalité³⁸. L'image est faite, non seulement de sa manifestation sensible, mais également de tout ce avec quoi elle interagit sur le plan social, économique et politique ; de ses usages sociaux et de ses effets, eux-mêmes traversés d'« affects », de « théorie » et de « politique ». Ainsi, l'aspect principal des objets de la culture visuelle est leur nature *relationnelle*, leur existence en tant que *médiation* entre objet et spectateur, visible et invisible, et entre les individus en société. Or, pour revenir au rapport entre « image » et « texte », le tournant visuel impulsé par les *Visual Studies* s'oppose au modèle linguistique et sémiotique de l'image, fondé sur la séparation binaire entre signifiant et signifié, qui se concentre exclusivement sur la signification linguistique de l'image en en déniait les effets sensuels, et le plaisir qu'engendre sa consommation³⁹. Les *Visual Studies* sont en ce sens un champ post-structuraliste, qui prend en compte d'abord le point de vue du rapport entre l'observateur et l'objet visuel.

F. Deux considérations de méthode

La mise en place de l'objet visuel appelle à des mises en garde, qui ont pour fonction de préciser notre posture par rapport au vaste champ des *Visual Studies*, d'une manière qui se veut critique à l'égard de certaines « manières de faire ».

1. Une approche pragmatiste

Le lecteur remarquera que les études visuelles ont une tendance à abuser du « montage théorique ». Un usage abondant de la référence, des montages savants articulant des concepts philosophiques à des concepts issus de l'économie politique et de l'esthétique de manière rapide, sous couvert de « théoriser ». Cette activité « théorisante » dessert les objets qu'elle prend à son compte, les réduisant à une fonction ornementale du discours. Elle constitue à nos yeux une stratégie de distinction sociale contredisant la pulsion démocratique – tournée vers les pratiques populaires et les savoirs du quotidien – des études visuelles. Nous pensons qu'une bonne méthode pragmatiste peut nous éviter cet écueil. Nous ne persistons donc pas dans l'« articulation théorique » de concepts issus des domaines les plus divers, mais nous essayons de mettre au centre de notre analyse l'image. Nous sommes à la recherche des points de connexion visibles, traçables, prouvables, entre la dimension matérielle d'une image (pratiques, gestes, travail), sa dimension discursive (actes de discours), sa dimension sexuelle, sa dimension institutionnelle, spatiale, temporelle, et ainsi de suite. Nous

38 Parmi les questions du « Visual Culture Questionnaire » élaboré par *October* en 1996, il est précisé que « le projet interdisciplinaire de la culture visuelle n'est plus organisé sur le modèle de l'histoire (comme l'étaient les disciplines de l'histoire de l'art, de l'histoire de l'architecture, de la théorie filmique, etc.), mais bien sur le modèle de l'anthropologie ». « Visual Culture Questionnaire », *op. cit.*, p. 25.

39 MIRZOEFF, Nicholas, *An Introduction to Visual Culture*, *op. cit.*, p. 15-16. Il faut mettre ici à part le rapport analogique entre art et langage dont témoignent dans leur ensemble les travaux de Louis Marin.

repérons des actes que l'image permet et qui permettent l'image, et cherchons à reconstruire leurs enchaînements pragmatiques, les manières dont ils forment des « enchaînements d'actes ». C'est de cette manière que nous pouvons connecter la dimension micrologique de l'image à la dimension macrologique du contexte plus général où elle se réalise, faire la relation entre le visible et l'invisible, le sensible de l'image et ses effets corporels (incorporations visuelles), symboliques (transformation du statut social de l'individu), économiques (génération de valeur), politiques (dans le cadre d'une politique d'incitation) et sociaux (garantir la cohésion d'un monde). Notre fil rouge est la matérialité des enchaînements pragmatiques, une perspective qui peut permettre de détailler et de spécifier l'image très abstraite évoquée par les analyses structurelles des systèmes de pouvoir.

2. Une économie du langage

Si le paradigme structuraliste est violemment écarté par les *Visual Studies* en faveur de la mise en valeur du point de vue politique impliqué dans les rapports sociaux qui se tissent autour d'un objet visuel, le paradoxe réside en ce que les images sont littéralement submergées par le langage et par la « théorie », dont elles ne semblent parfois que des commentaires muets. À la différence des approches de la culture visuelle et des *Cultural Studies* centrées sur l'idéologie et sur l'hégémonie, et contre la séduction théorique que suscite la tendance à déterminer par avance la réalité empirique, nous montrons que la signification de l'image n'a pas besoin d'être attribuée par en haut. Nous mettons fortement l'accent sur la production de sens de la part des travailleurs de l'industrie culturelle et esthétique, lesquels fabriquent la théorie des images pendant qu'ils font les images au quotidien. Par conséquent nous choisissons avant tout de nous en tenir strictement au vocabulaire utilisé par la *velina* dans sa propre définition de ses pratiques visuelles et de l'image. Notre conviction est que le sens des choses les plus complexes réside dans les mots communs de la vie quotidienne.

IV. PLAN DE LA RECHERCHE

Le plan de ce travail peut être lu de différentes manières : de l'image de la *velina* à l'image de Berlusconi *par* la *velina* ; le mouvement allant du particulier vers le général, de l'esthétique sociale à l'iconographie politique ; de la gouvernementalité au commandement.

Pour cela, la thèse est divisée en deux grandes parties. La première s'attache dans un premier moment à retracer les différentes phases de la généalogie visuelle de la *velina*, en analysant des figures de la féminité qui la précèdent, jusqu'aux premières formulations emblématiques relevant du fordisme et du fascisme. En se concentrant sur les matériaux de l'enquête, il conviendra dans un deuxième moment de passer du plan généalogique au plan matériel de la fabrication de l'image contemporaine de la *velina*, et de dégager le fonctionnement de l'industrie culturelle de la *velina*,

avec Milan comme épicentre. A l'aide des matériaux de l'enquête et en effectuant une microsociologie des interactions du monde du spectacle, il s'agira de comprendre comment la travailleuse du spectacle produit son image au quotidien, en interaction avec les intermédiaires culturels et esthétiques ; et comment l'interaction entre tous ces agents de l'industrie culturelle produit la visualité italienne contemporaine. Ce faisant, il s'agira de comprendre quelles capacités et quels savoirs implique le travail de l'image, mais également s'il y a lieu de parler d'*agency* de la *velina*, d'interroger la force de son image. Enfin la deuxième partie analysera l'articulation des dimensions pragmatiques et politiques de l'image sexualisée de la *velina*, entre la fabrication quotidienne de son image et le commandement politique, pour chercher à comprendre quel est le rôle de la *velina* dans la fabrication du « charisme » de Berlusconi. Cette partie relève plus du champ de l'iconographie politique et mobilisera les matériaux d'enquête, les images qui composent la figure de la *velina*, celles qui composent la figure de Berlusconi comme « chef », les pratiques et les techniques de leur production visuelle quotidienne. Entre esthétique, économie et politique, on tentera de comprendre dans un premier moment quels sont les caractères saillant de l'auto-mise en scène de Berlusconi comme « chef » du point de vue du genre. Dans un deuxième moment, il conviendra d'interroger cette iconographie du point de vue de l'action combinée du « chef », de la *velina* et de la galaxie plus vaste des intermédiaires culturels – experts de marketing, artistes, cinéastes, journalistes. Quel rapport entre l'*agency* de la *velina* et le « charisme » du chef ?