

Vidéocracy d'Erik Gandini

André Roy

Alain Resnais

Numéro 150, décembre 2010, janvier 2011

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/63257ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

Roy, A. (2010). Compte rendu de [Vidéocracy d'Erik Gandini]. *24 images*, (150), 39–39.



Présenté au récent Festival de Venise, le film du Suédois Erik Gandini (né toutefois italien) a commencé sa carrière de manière houleuse. Les chaînes de la RAI, télévision publique d'Italie, de même que celles de Mediaset, appartenant à Silvio Berlusconi, ont interdit la diffusion sur leurs écrans de sa bande-annonce. Cela n'est pas surprenant puisque ce documentaire éloquent, produit par Zentropa de Lars von Trier, est non seulement une mise en accusation sans appel de la vidéosphère italienne contrôlée par l'actuel Président du Conseil, soit Berlusconi lui-même, mais une condamnation – à la manière d'un George Orwell avec son *1984* et sa *Ferme des animaux* – du fonctionnement du gouvernement du pays. **Vidéocracy** décrit la genèse de l'aliénation galopante de millions d'Italiens depuis 30 ans, soit depuis la diffusion de la première émission de fin de soirée d'une chaîne de Berlusconi. L'extrait qu'on nous présente, et qui ouvre le long métrage, est effarant de vulgarité et d'amateurisme; il s'agit d'un jeu télévisé sur le sport où, à des questions posées par téléphone, des spectateurs doivent donner une bonne réponse; mais à chaque erreur, une femme doit enlever un morceau de vêtement. Le cinéaste fait rapidement le lien avec les émissions

actuelles de Mediaset qui font leur beurre de jeunes filles pulpeuses à moitié dénudées, qu'on appelle *veline*, qui ont passé des auditions pour devenir Miss Météo ou pour faire



partie des *chorus girls* qui peuplent le petit écran berlusconien (l'une d'elles est même devenue ministre de l'Égalité des chances!). Naturellement, la thèse de la suprématie de la télévision sur la démocratie serait facile

à coups d'images fracassantes – et il y en a beaucoup, que ce soit celles d'un agent d'artistes (Lele Mora), fan de Mussolini, d'un paparazzo (Fabrizio Corona) extorquant de l'argent avec des photos indiscretes ou des villas du *Cavaliere* où sont invités Tony Blair et les fils de Kadhafi. Mais Gandini est plus sagace dans sa démonstration dans la mesure où il choisit un cas, soit un jeune ouvrier, Riccardo (qui se fait appeler Ricky), qui veut devenir une vedette, être à la fois Jean-Claude Van Damme et Ricky Martin. Fasciné par la télévision, il essaie tout pour réussir – et il réussira, plus ou moins bien, faut-il dire. Hypnotisé jusqu'à la névrose, Ricky est victime – comme les 80 % d'Italiens qui regardent les chaînes du magnat – de l'influence considérable de cette vidéo-cratie (télévision = pouvoir) que le *Cavaliere* a su créer par un divertissement télévisuel, publicitaire et politique hystérique et vide de toutes valeurs culturelles transcendantes, et que le cinéaste considère comme «le miroir de la personnalité, des rêves et des visions» de l'homme le plus riche d'Italie. Cet empire digne de n'importe quel pays dictatorial, où les mœurs et les loisirs sont synonymes de luxe, d'argent et de sexe, est décrit avec force observations incisives, pénétrantes, impressionnantes. – **André Roy**