



La chronique
de
Jean-Bernard
Vuilleme

Je me suis sournoisement amusé de la déroute du publiciste français Jacques Séguéla venu récemment parler de son livre « Demain il sera trop star » sur le plateau d'Apostrophes. D'une seule réplique, le vieil acteur Kirk Douglas a renvoyé le prince de la pub et de la communication à ses études: « Qui êtes-vous donc, pour décider qui est star et qui ne l'est pas? »

Il n'en fallait pas plus pour désarçonner ce chevalier de la modernité, un soufflé, et ce n'est nullement surprenant si l'on songe que tout son baratin repose sur du vent. Séguéla victime des mythes qu'il génère! On ne l'a pas vu rougir sous son fond de teint, mais le père de la « Force tranquille » s'est écrié comme le premier provincial venu et, du coup, son dernier livre au contenu aussi inepte que le titre l'annonce a plongé dans l'indice des ventes.

Mieux qu'un Douglas vexé de se voir contester son auréole de star, il faudrait aujourd'hui opposer à Séguéla et à ses émules un mythologue de la trempe de Roland Barthes. Hélas, le monde de ces flatteurs d'apparences et faiseurs de baudruches devient le nôtre de plus en plus, et jusqu'à la nausée de s'ancêtre dans l'absence au cœur des emballages les plus attrayants. Le règne du Rien étend son empire sous des dehors en-

joués et nous sommes tous promis à devenir ses oies gavées, pleines à crever de non-sens et d'appétits trompés.

Séguéla, c'est l'opulente pâtisserie dans laquelle vous plantez votre fourchette et qui se dégonfle aussitôt, n'abandonnant à votre appétit que quelques miettes d'une pâte sans goût et pour deux sous de crème industrielle. Son triomphe n'est rien d'autre que le principe du ravioli étendu à toutes les activités humaines: le contenu compte moins que l'emballage. En vertu de quoi il est à peu près généralement admis aujourd'hui non seulement que nous mangeons surtout des raviolis, mais encore que nous sommes gouvernés par des politiciens-raviolis, que nous avons besoin d'un art-ravioli et que nous ambitionnons tous, d'une manière ou d'une autre, de devenir des hommes-raviolis.

Telle est la loi, celle du n'importe quoi pourvu que ça alimente nos rêves d'aïeux, de fuite, d'autre chose, pourvu qu'il nous reste, de vide en vide, la facilité d'un pauvre rêve exotique à nourrir vaillamment sur notre tas de fumier industriel.

Tant qu'on s'en tient aux objets, il ne s'agit au fond que de justifier les lois du marché. Mais l'homme-image arrive,

taillé sur mesure et à consommer frais, adapté au poil près à la scène qu'il doit occuper. Envisage-t-on une société dans laquelle chaque individu plutôt que d'être lui-même en ses dédales et ses ressaisissements, ses efforts pour être là, ne serait en fait qu'une image fabriquée et téléguinée à l'usage du monde? Ces hommes-images et qui se vantent de l'être me paraissent plus inquiétants que des fantômes car ils sont des mensonges vivants, non des revenants mais des gens qui planifient leur carrière au lieu de s'enfanter par une œuvre. Tout de calcul et rien de passion, tout marionnettes et rien de tripes: call-girls et call-boys du grand bazar médiatique.

Séguéla n'est pas le seul publiciste à s'être planté. Chez nous, le conseiller en relations publiques Klaus J. Stoehker a recommandé à M^{me} Kopp de parler quand il ne lui restait que le luxe du silence. Il paraît qu'elle souffrait à son image. Suffit-il d'un Kaspar Villiger (autre produit Stoehker) tirant sur nos réalités la fumée de son stump pour que la Suisse retrouve bonne mine? Il faudrait demander à M. Séguéla jusqu'à quel point il est trop star. / jbv

● « Demain, il sera trop star », Jacques Séguéla. Editions Flammation.



LEÇON DE TÉNÉBRES — Ou comment on finit par sombrer à force de vouloir se faire clair.