

# Jean Paul II, un pape très médiatisé

Il est attendu à Paris où il sera l'invité vedette des XII<sup>es</sup> Journées mondiales de la jeunesse du 21 au 24 août. Les médias vont le suivre pas à pas. Après le Tour de France et les Championnats du monde d'athlétisme à Athènes, ce sera la grosse opération de l'été pour France Télévision, qui s'apprête à diffuser vingt heures de direct sur France 2 et France 3. Comment le pape est-il devenu ce personnage hautement médiatisé?

## Le pape que les télés s'arrachent

Star ou anti-star ? Le Vatican considère qu'on ne vend pas l'image d'un pape : elle se fabrique toute seule. Une personnalité hors du commun et un message décalé suffiraient à expliquer la réussite médiatique de Jean Paul II. Celui-ci a pourtant jugé bon de s'assurer les services d'un ancien journaliste. Joaquin Navarro-Valls, son principal communicateur, doit aujourd'hui gérer l'usure d'un règne de près de vingt ans

**C'**EST John Curry, critique de télévision du *New York Times*, qui trouva, en 1987, la meilleure formule sur les rapports entre le pape et la télévision : « Le pape maîtrise la télévision en l'ignorant, écrivait-il, par la non-conscience et par la non-exhibition de son personnage. » Jean Paul II tourne le dos, en effet, à toutes les lois du genre et c'est ce qui fait son succès. Celui qui expliquerait la longévité de sa carrière médiatique par la recherche d'effets de caméra, par de longues heures passées en studio ou la fréquentation de professionnels comme Séguéla ou Pilhan, inconnus au Vatican, ferait complètement fausse route. Il ignorerait la nature d'abord mystique de cet homme et l'amateurisme qui, quoi qu'on en dise, continue de régner dans les méthodes de communication au sommet de l'Eglise.

Jean Paul II est une anti-star qui a réussi à la télévision. Depuis dix-neuf ans - il a été élu pape le 16 octobre 1978 -, de Manille à Cracovie, de New York à Rio, le rituel est le même et le sera encore dans quelques jours à Paris. Fermant la marche d'un long cortège d'évêques mitrés, un peu plus voûté au fil des années, le pas hésitant et ralenti par l'âge et la maladie, le pape gravit les marches de l'autel, concentré, pénétré par la solennité de la cérémonie qui va suivre. Il est comme hors du temps, indifférent aux photographes qui le mitraillent, aux téléobjectifs qui détaillent chacun de ses gestes, chacun de ses battements d'œil. Arrivé à la dernière marche du podium, il s'arrête longuement, s'approche du micro, scrute la foule qui cherche son regard, l'interpelle, l'appelle, tout en la maintenant à distance.

Le paradoxe n'est qu'apparent. Le pontificat de cet homme qui « ignore » si ostensiblement les contraintes médiatiques restera celui de l'irruption de la télévision dans l'histoire d'une Eglise où, jusqu'alors, seul le document écrit du pape – « encyclique » – et le sermon du curé faisaient autorité. Par la « couverture » de ses voyages du nord au sud de la planète (soixante-quinze déplacements hors d'Italie, plus de cent cinquante pays visités), Jean Paul II est devenu le curé du monde. Il a bousculé toutes les conventions et les hiérarchies, court-circuité les intermédiaires et « papabilisé » l'Eglise comme aucun de ses prédécesseurs ne l'avait fait avant lui.

Une telle image, aussi durable, ne se « fabrique » pas. Elle vient, d'abord, de la combinaison entre un personnage à la destinée hors du commun – premier pape venu de l'Est, à l'expérience polonaise trempée par les deux totalitarismes, nazi et communiste – et un message décalé par rapport à une certaine « modernité ». Le reste est accessoire : la gestuelle de Karol Wojtyła, les mimiques de son visage, ses clins d'œil, ses improvisations ne sont que des « trucs », hérités d'une carrière d'acteur de théâtre précocement interrompue à Cracovie par la guerre et le séminaire.

Très tôt, les médias ont compris le profit qu'ils auraient à tirer du charisme et de la présence physique de cet « athlète de Dieu », comme disait le cardinal Marty, dans un Parc des Princes en folie, en 1980 à Paris. A Managua, en 1983, ils le montrent faisant face à des manifestants sandinistes ; à Santiago du Chili, en 1987, célébrant la messe malgré une émeute et des gaz lacrymogènes. A Manille, en 1995, il fait tournoyer sa canne comme Chaplin. Il domine les foules, les séduit, prie, médite, pleure, chante, rit avec elles.

Ce n'est pas Jean Paul II qui est allé aux médias. Ce sont les médias qui sont allés à lui. Mais, contrairement à une longue tradition de méfiance, il en a fait un moyen de gouvernement et de diffusion de son message, imposant certains thèmes à l'opinion mondiale – par exemple lors des conférences du Caire sur la population (5-13 septembre 1994) ou de Pékin ●●●

**A**PRÈS la rude épreuve du Tour de France, nombre d'employés de la Société française de production (SFP) ne prendront pas de repos en août. Un autre grand spectacle les attend. A peine auront-ils eu le temps de replier l'énorme matériel qu'exige la « Grande Boucle », qu'il leur faudra le redéployer pour assurer, toujours en association avec

France Télévision, la couverture des XII<sup>e</sup> Journées mondiales de la jeunesse, du 18 au 24 août, à Paris. Invité-vedette : Jean Paul II.

Grand spectacle ? Le mot n'est pas banni, même s'il s'agit d'un rassemblement religieux et de la venue du pape. « Mise en scène », « habillage », « logo », « partenariats », « produits dérivés » : tout le jargon de la communication, de la publicité et du showbiz est employé – jusqu'à l'archevêché de Paris – par les divers responsables de cet événement dont les préparatifs ressemblent à s'y méprendre à ceux d'une Coupe du monde de football ou d'un « mégaconcert » de rock. Il est vrai que l'entreprise est de taille. Pendant une semaine, de 300 000 à 400 000 jeunes de 140 pays vont envahir Paris et se réunir en des hauts lieux tels

que le Champ de Mars et l'hippodrome de Longchamp. Pour l'apothéose, dimanche 24 août, en présence de plus de 300 évêques du monde entier, 600 000 à 700 000 personnes sont attendues sur la célèbre pelouse du Prix de l'Arc de triomphe.

En qualité de puissance invitante, le cardinal Jean-Marie Lustiger et ses collaborateurs – plus particulièrement Mgr Michel Dubost – ont eu la haute main sur l'organisation de cette vaste manifestation, le Vatican n'étant consulté, pour aval, que sur l'essentiel des dispositions. L'archevêché n'a pas lésiné. Après un appel d'offres lancé à trois des principales agences de publicité sur la place de Paris, c'est Publicis qui a été retenue et qui a notamment choisi le slogan : « Levez-vous, n'ayez pas peur ! » Cette exhortation du Christ – Evangile de Matthieu – avait été utilisée par Jean Paul II dès son premier discours, le jour de son intronisation, et elle a marqué tout son pontificat. Aujourd'hui affichée dans le métro, elle a paru particulièrement adaptée à la mobilisation des jeunes chrétiens, dont certains recevront le baptême à Longchamp.

Les organisateurs, eux, n'ont pas eu « peur » de recourir aux grands moyens. Ils ont sollicité trois sociétés spécialisées

dans la conception de shows à grande échelle – Extension, Offshore et Le Public Système – qui, entre autres réalisations, créeront « une chaîne de fraternité » sur 35 kilomètres autour de Paris. Pour les cérémonies du Champ-de-Mars et de Longchamp, tous travailleront sous la houlette d'un metteur en scène, Jacques Le Disez, réalisateur de l'exposition « Cités-Cinés » (inaugurée le 1<sup>er</sup> décembre 1987 à la Grande Halle de La Villette) et du défilé et de l'exposition sur la Libération de Paris en 1994. Le pape, les évêques et autres officiants seront habillés par Jean-Charles de Castelbajac, qui ne s'est pas privé de le faire savoir. Trois des meilleurs architectes français, Jean-Marie Duthilleul, Christian de Portzamparc et Jean-Michel Wilmotte, ont eu la charge de dessiner des décors à la fois sobres et grandioses. A Longchamp, les « pèlerins » investiront une cathédrale symbolisée.

Tant de moyens sont, bien sûr, à la mesure d'un grand moment de télévision. Celle-ci jouera un rôle majeur. TF 1 a été

contactée, mais c'est France Télévision qui a été préférée, notamment parce que le service public offrait la plage de diffusion la plus étendue, avec la possibilité d'une alternance entre France 2 et France 3, comme pour le Tour de France...

Un des temps forts: la veillée à Longchamp.

« Rendez-vous compte!

Pour la première fois le pape en prime time », fait observer, enthousiaste, Betty Durot, directeur des opérations exceptionnelles à France Télévision. De son point de vue - et de celui de son patron, Xavier Gouyou Beauchamp -, prévoir près d'une vingtaine d'heures de direct, en moins de cinq jours, n'a rien d'excessif. Le sujet, toute considération strictement religieuse mise à part, vaut une telle couverture médiatique. « Vous connaissez un autre événement de cette ampleur en plein mois d'août? », lance-t-elle, avant de souligner que « la télévision est gagnante dès qu'elle traite d'un phénomène touchant au tissu social ». Et d'ajouter: « Comme le Tour de France, Roland-Garros ou le Téléthon, il s'agit d'un événement rassembleur des familles et autres groupes sociaux; même les non catholiques regarderont. » Un mot revient chez Betty Durot, comme chez les gens de Publicis, c'est: « fédérateur », mot-clé de tout communicant qui se respecte.

Que le pape soit « fédérateur » n'est pas pour déplaire à l'archevêché de Paris ou au Vatican. Bien au contraire. Aussi le fait que la fête soit belle, avec un certain luxe de moyens, ne semble pas choquant pour les divers promoteurs, religieux ou non, de cet « événement ». « Il faut que ce soit beau », insiste Mgr Jean-Michel Di Falco, longtemps porte-parole (très télégénique) de l'épiscopat français, avant d'être nommé évêque auxiliaire de Paris, le 4 juillet, et embauché comme consultant par France Télévision pour assister le journaliste Philippe Harrouard dans les

commentaires des diverses cérémonies. « Si la télévision sert le message de l'Eglise et la liturgie, pourquoi ne pas s'en servir? », demande-t-il.

Mais, alors que, durant son séjour, le pape doit rendre hommage à la mémoire du père Joseph Wresinski, fondateur du mouvement ATD Quart-Monde, et béatifier Frédéric Ozanam, apôtres des pauvres et des exclus, le décorum prévu à Paris n'est-il pas trop ostentatoire? Mgr Di Falco proteste: « La liturgie existait avant la télévision. Elle représente en quelque sorte un spectacle, car elle se donne à voir. D'ailleurs, l'Eglise a toujours tablé sur un certain sens du spectaculaire. Rappelons-nous les grandes processions et l'utilisation de la musique et de toute forme d'art. »

« Le pape fait son métier de pape, il est évangéliste, il ne peut négliger la télévision », déclare Guillaume de Maillard, chef de cabinet du cardinal Lustiger. Ce

laïc aux allures de « jeune technocrate dynamique » prêche résolument le « bon usage de la modernité ». A ceux qui diront que l'Eglise ne se refuse rien, il répond par avance: « Oui, nous avons fait appel aux meilleurs professionnels. Oui, nous avons voulu la qualité. Mais c'est une façon de mieux faire comprendre le message et de mettre la technique à son service. D'autre part, il y a une rétribution: de grands noms et une entreprise sérieuse attirent le partenariat et le mécénat de grandes sociétés. Ainsi nous ne dilapiderons pas les deniers des pèlerins et des fidèles qui, par souscription, ont participé au financement de cette fête. »

Guillaume de Maillard indique que le coût global de l'« opération » devrait se situer aux alentours de 250 millions de francs. « Mais, précise-t-il, sur cette somme, 190 millions sont consacrés à l'hébergement, au transport et à l'alimentation des pèlerins. » Et de conclure à l'intention d'éventuels contradicteurs: « Nous avons préféré contrôler nous-mêmes la diffusion des souvenirs ou produits dérivés, tels les T-shirts dessinés par Castelbajac. C'est une manière de veiller à la qualité et d'éviter autant que possible les caricatures, donc de lutter contre les marchands du Temple. »

Pour la retransmission  
des XII<sup>es</sup> Journées  
mondiales  
de la jeunesse,  
c'est le service public  
qui a été préféré,  
notamment  
parce qu'il offrait  
la plage de diffusion  
la plus étendue

## Agenda

### MARDI 19 AOÛT

● De 17 h 05 à 18 h 50, France 3: Messe d'accueil pour les jeunes des cinq continents célébrée par le cardinal Lustiger. Champ-de-Mars. Commentaires: Fernand Tavares, Patrick Hesters, le Père Jean-Marie Onfray.

### JEUDI 21 AOÛT

● De 10 h 30 à 10 h 45, France 2: Arrivée du pape à Orly.  
● De 11 h 15 à 12 h 30, France 2: Visite à l'Élysée.  
● De 12 h 30 à 13 h 10, France 3: Le pape et les droits de l'homme. Esplanade du Trocadéro. Commentaires: Fernand Tavares, Patrick Hesters, Jean-Marie Onfray.  
● De 16 h 20 à 18 h 15, France 3: Première rencontre du pape avec les jeunes. Champ-de-Mars. Commentaires: Fernand Tavares, Patrick Hesters, Jean-Marie Onfray.

### VENDREDI 22 AOÛT

● De 8 heures à 12 h 15, France 2: Béatification de Frédéric Ozanam. Notre-Dame de Paris. Commentaires: Philippe Harrouard, Mgr Jean-Michel Di Falco.

### SAMEDI 23 AOÛT

● De 19 h 30 à 20 h 30, France 3: Veillée avec le pape. Hippodrome de Longchamp. Commentaires: Philippe Harrouard, Mgr Di Falco, Martine Chardon.  
● De 20 h 30 à 23 heures, France 2: Veillée avec le pape (suite). Longchamp. Commentaires: Fernand Tavares, Patrick Hesters, Jean-Marie Onfray.

### DIMANCHE 24 AOÛT

● 9 heures à 12 h 45, France 2: Messe papale. Longchamp.

● 16 h 45 à 17 h 55, France 3 : *Départ du pape pour Orly.*  
Commentaires : Fernand Tavares, Patrick Hesters, Jean-Marie Onfray.

●●● sur la femme (4-15 septembre 1995)  
– et sans ignorer les risques de contestation, de réduction, de conformisme, de superficialité et de manipulation. Le fossé s'est même creusé entre un discours d'Eglise forcément complexe et nuancé et une logique médiatique fondée sur la sélection, la simplification, la mise en scène, l'exploitation de la polémique et de l'opposition. Certaines prises de position du pape, sur la prévention du sida par exemple, ont été grossièrement caricaturées.

Dans ce système de communication très personnel, un homme a réussi à se tailler la part du lion. Il s'agit de Joaquin Navarro-Valls, un laïc espagnol de soixante et un ans, dont l'ascension dans les sphères les plus élevées et feutrées de la Curie romaine est unique dans l'histoire moderne de l'Eglise. Officiellement directeur de la salle de presse du Vatican, son influence est plus grande que ne l'indique ce titre. Avec le cardinal Angelo Sodano, secrétaire d'Etat et numéro deux de la Curie (après le pape), et Mgr Giovanni Battista Ré, substitut, cet ancien journaliste est devenu, par sa présence auprès du pape et la confiance que celui-ci lui manifeste, le porte-parole écouté du Saint-Siège et l'une des personnalités-clés du gouvernement de Jean Paul II. Son appartenance à l'Opus Dei n'est pas la seule raison du recrutement de ce laïc en 1984. Le pape en personne avait souhaité s'adjoindre les services d'un attaché de presse professionnel. Médecin de formation, Joaquin Navarro-Valls était correspondant à Rome du quotidien espagnol ABC. Depuis, il s'est totalement identifié à sa fonction et a fait de la salle de presse du Vatican une puissance dotée des techniques les plus performantes. La publication quotidienne du bulletin d'informations (le fameux *bollettino*), la couverture des voyages du pape, la création de Vatican Information Service qui compte des milliers d'abonnés dans le monde, le passage sur Internet, tout passe par lui. Le porte-parole est aussi associé à la rédaction des communiqués qui suivent certaines audiences de chefs d'Etat ou qui sont diffusés lors des situations de crise. Il suit le pape en vacances et fait partie de ses confidents.

Récent lauréat du Prix du communicateur de l'année décerné par la Télécom italienne, Joaquin Navarro-Valls ne fait pas mystère de sa préférence pour les médias américains et pour l'instrument télévisuel. « Il s'agit de répondre rapidement aux exigences de la télévision, de leur garantir l'accès à l'événement », explique-t-il dans un entretien paru dans *La Repubblica* du 2 juillet. Une fois il a risqué sa tête lors d'un

incident qui montre les limites de la libéralisation de l'information dans l'Eglise. En septembre 1996, en Hongrie, le pape laisse une impression désastreuse. Depuis des mois, il est physiquement diminué par une série d'« atteintes grippales » auxquelles personne ne croit.

Le porte-parole, qui a démenti toutes les rumeurs de cancer, concède cette fois que le pape souffre d'un « syndrome extra-pyra-



**Joaquin Navarro-Valls.**  
Son influence est bien plus grande que ne l'indique son titre de directeur de la salle de presse du Vatican

*midal*», typique d'une grave maladie de Parkinson. Cette révélation, qui fait sensation, intervient alors que le Vatican est en plein débat sur la « médiatisation » de la santé de Jean Paul II : faut-il continuer à esquiver la réalité ou assumer toutes les conséquences de l'information sur la maladie du pape ?

Avec l'âge, la télévision, qui fut son meilleur allié, s'est en apparence retournée contre Jean Paul II. Elle traque le moindre signe de maladie ou de fatigue, épie le moindre rictus de souffrance. Le jour de Noël 1995, le monde entier assiste en direct au malaise du pape, brutalement obligé, du haut de son balcon, d'interrompre son message et sa bénédiction. Comment gérer l'usure de l'image de cet homme, atteint par les séquelles d'un attentat en 1981, par l'ablation d'une tumeur en 1992, par une opération du col du fémur en 1994 et une autre de l'intestin en 1995 ? A l'image de l'« athlète de Dieu » et du missionnaire des temps modernes a succédé celle d'un vieillard obstiné sur les questions de morale privée, impopulaire dans des cercles de plus en plus larges. Le pape fort, autoritaire, au langage direct et clair, a fait place aujourd'hui à un homme qui peine à se mouvoir, à articuler, voire à se tenir éveillé en pleine audience.

Il y a un siècle, Léon XIII souffrait lui aussi de la maladie de Parkinson. Mais à l'époque, la machine vaticane comblait les absences d'un pontife qui ne se montrait plus. Impossible aujourd'hui de cacher le pape ! Les services télévisuels du Vatican dépensent des trésors d'habileté pour empêcher le spectacle de sa dégradation physique, mais « on ne peut éteindre la lumière, interdire la présence de la télévision, explique le vaticaniste Giancarlo Zizola. Alors le choix a été fait de médiatiser la maladie du pape. Celle-ci est devenue sa participation au témoignage de la Croix et de la souffrance du monde ». L'image du vieillard fatigué, usé à la tâche, celle du « serviteur souffrant » dont parle le prophète Isaïe, apparaît ainsi comme l'une des ultimes ressources d'un homme qui, sans le rechercher, aura fait franchir des années-lumière à la communication de l'Eglise avec le monde moderne.

**Henri Tincq**