

# CHANTAL GOYA NOUS CONFISQUE UNE ÉMISSION

Le 10 décembre 1993, Chantal Goya a été interviewé dans "Téles dimanche" sur Canal+. Elle y a donné sa version de sa mauvaise prestation dans l'émission "Le Jeu de la Vérité" du 13 décembre 1985.

Selon elle, il s'agit d'un problème technique. Les adultes l'interrogeaient en direct au téléphone. Les caméras la filmaient dans une salle à Lyon où 3.000 enfants assistaient au tournage. Ses réponses s'adressaient à ces enfants, d'autant plus qu'elle était dans la peau de son personnage "Marie-Rose" dont elle avait revêtu le costume. Le problème viendrait, selon la chanteuse, du fait que les caméras n'ont pas filmé ce jeune public. Ses grimaces tombaient donc à plat et pouvaient susciter l'agressivité des téléspectateurs.

## CONFISQUÉ ?

Curieusement, et contrairement à l'habitude de "Téles dimanche", aucun reportage n'illustra cette interview. Cette fameuse émission n'a jamais été rediffusée. A l'époque, TV5 ne l'a pas reprogrammée, contrairement aux autres "Jeu de la Vérité"... Un peu comme ces personnalités politiques gênantes qu'on élimine sur certains clichés, dans des régimes bolchéviques, si loin de chez nous !

Une autre version des faits existe. Ce "Jeu de la Vérité" fut exceptionnel. Il ne fut possible que parce qu'il fut diffusé en direct. Il n'est pas rediffusable parce qu'il démasqua un mythe. Celle que les médias commerciaux avaient présentée comme l'idole des enfants devenait tout d'un coup un personnage détestable car elle répondait par des grimaces à des questions non "promotionnelles" et critiques, en direct, sur le petit écran.

Désirant visionner cette émission, j'ai contacté TF1 qui m'a renvoyé à l'INA. Là, on m'a signalé qu'il existait une interdiction des ayants droits à toute réutilisation de cette émission.

J'ai demandé à Patrick Sabatier de "Télévision", la société qui avait produit cette émission, de m'informer ou

de me confirmer cette interdiction. La lettre recommandée que je lui ai fait parvenir à ce sujet le 21 octobre 1992 est restée sans réponse.

Les enfants peuvent être heureux! On a éliminé quelques instants de sincérité. Chantal Goya est réhabilitée.

Elle s'unit avec Dorothée, l'autre mammoth des chansons pour enfants. AB Production, leur firme de disques, se frotte les mains.

Une question demeure cependant : depuis que le Club Dorothée existe sur TF1, avez-vous vu, dans ces 15 à 20 heures de production hebdomadaires, une seule chanson extraite des très nombreux compacts vendus en grands nombre (donc, leurs auteurs sont populaires) et enregistrés par Henri Dès (pour la Suisse), Anne Sylvestre (pour la France) ou Christian Merveille (pour la Belgique), pays où est diffusé TF1 ?

## PURGATIF

La vie continue : les deux mammoths continueront à alimenter les caisses d'AB Productions et TF1<sup>(1)</sup> continuera à confisquer la diversité des chansons pour enfants à ses millions de jeunes téléspectateurs. C'est cela, l'après-GATT où l'on ne dénonçait point - dans le discours ambiant - les pratiques monopolistiques bien de chez nous !

Pour comprendre cette situation qui lèse nos enfants, le visionnement de ce "Jeu de la Vérité" historique est un purgatif essentiel. Accepter cette interdiction des ayants droits est une atteinte également aux droits des téléspectateurs à découvrir l'histoire réelle de la télévision.

La personne qui aurait la chance de posséder une copie de cette émission peut nous contacter. Chantal Goya, bien entendu, peut également nous aider. Ecrivez à l'A.T.A.

Bernard Hennebert

<sup>(1)</sup> Dorothée est également la directrice des programmes pour enfants de TF1, fonction inconciliable avec son métier de chanteuse.

# COMMENT TÉLÉZ-VOUS ?

Editeur responsable : Patrick Sabatier



15 JANVIER 1994

Bureau de dépôt  
Bruxelles 5 à 1050-Bruxelles  
Périodique mensuel de l'Association des Téléspectateurs Actifs (A.T.A.)  
A.T.A. a.s.b.l. • Rue du Viaduc, 19 - 1050 BRUXELLES • Tél et FAX : (02) 539 19 79

## SOMMAIRE

Ils vous attendent dans l'une de nos huit pages :

Pascal Sevrans (France 2) • Mamine Pirotte (RTBF) • Guy Lemaire (RTBF) • PPDA (TF1) • Jean-Charles De Keyser (RTL-TVi) • François De Brigode (RTBF) • Les malentendants et Robert Stéphane (ex-RTBF) • Chantal Goya et Patrick Sabatier (ex-TF1) • Etc.



URGENT ! Nous demandons à RTL-TVi de programmer le violent "Miami Vice" (dimanche, 16h30) hors des "heures non-violentes" promises par son directeur, Jean-Charles De Keyser... VOIR PAGE 4.

## AUTOPROMOTION EXCESSIVE

Le 29 novembre 1993, sur France 2, Pascal Sevrans présentait un numéro de "La Chance aux Chansons" consacré à la sortie du compact "Pascal Sevrans à la française".

Pendant les 35 minutes de cette émission, nous avons eu droit à un florilège de : "J'ai réussi à me faire engager dans la Chance aux Chansons (...). Si vous insistez... je continuerai à en chanter (...). Je vais chanter encore, je vais chanter beaucoup... (...). Est-ce qu'on voit assez (sur l'écran) mon disque ? (...). Regardez-le bien... Vous l'avez vu ? Comme il est beau... J'espère que vous aurez envie de le réentendre chez vous !".

A cinq reprises, apparaîtra à l'écran, un gros plan de la pochette de ce nouveau compact.

A cinq reprises également notre présentateur narcissique sera interrompu par de faux applaudissements imposés aux figurants qui l'entourent. Quel (faux) triomphe ! De quoi abuser un public peu critique.

Dans cette émission de variétés (peu variées), un seul concert sera annoncé : un rendez-vous d'accordéonistes à Bercy, les 2 et 3 février 1994. Pourquoi cette annonce ? Pascal Sevrans nous dévoile qu'il "ira y chanter". Et d'ajouter : "Nous aurons l'occasion de reparler de ces soirées à Bercy".

Ce jour-là, parmi la douzaine de chansons proposées, six devaient leurs paroles au talent du présentateur de "La chance aux chansons".

### CONCURRENCE DÉLOYALE...

Et rebelote ! Le même manège se poursuivra durant les deux jours suivants : propos narcissico-autopromo-

tionnels, gros plans sur la pochette, faux applaudissements, etc.

Bien entendu, Pascal Sevrans s'est réservé ces trois émissions promotionnelles pendant la période clef où il faut exposer ses productions pour mieux les vendre aux fêtes de fin d'année. Par rapport à ses confrères chanteurs, ce n'est pas fort aimable et cela frise l'abus de pouvoir et la concurrence déloyale.

De plus, cette bonne quinzaine de chansons dont il a écrit les paroles lui rapportent des droits d'auteurs à chaque passage sur antenne. Comme "La Chance aux chansons" est rediffusée sur France 2 et programmée à deux reprises sur TV5, on peut compter en centaines de milliers de francs belges les droits d'auteurs qu'il aura honnêtement perçus pour son travail d'écriture. Bien entendu, Pascal Sevrans est également rétribué pour son job d'animateur.

### ...SUR LE SERVICE PUBLIC !

Enfin, sur base des meilleurs moments de ces trois émissions, un clip promotionnel a été réalisé (à peu de frais) et est régulièrement diffusé, notamment sur France 2.

"J'aime aider les artistes qui sortent leur premier disque" revendique souvent Pascal Sevrans. En se regardant dans un miroir ? On est bien obligé d'admettre qu'une chaîne privée pratique l'auto-promotion outrancière dans ses émissions, mais contrairement au "Club Dorothée", "La Chance aux chansons" est programmée sur une chaîne de service public.

Bernard Hennebert.



## C'EST BON À SAVOIR

• Le Ministre de l'Enseignement et de la Communication, Mr Elio Di Rupo, a répondu à notre invitation. Il participera à notre émission "Téles sur écoute", la dernière semaine de février.

• A chaque parution, "Comment Téléze-Vous ?" aura une pagination différente, en fonction de l'actualité et... de nos forces humaines.

• "Comment Téléze-Vous ?" est envoyé gratuitement à nos membres. Il est également vendu à la criée. Nous cherchons des vendeurs.

• L'A.T.A. lit régulièrement Le Soir, Libération, Téléoustique, Ciné-Revue, Le Vif L'Express, Le Soir Illustré et Télérama.

Nous aimerions pouvoir consulter régulièrement d'autres journaux auxquels vous êtes peut-être abonné : Télépro, Le Nouvel Observateur, Globe Hebdo, L'Événement du Jeudi, La Libre Belgique, La Cité, La

Meuse, La Dernière Heure, La Wallonie, Le Monde, Pan, Le Canard Enchaîné, etc. Pouvez-vous nous transmettre vos journaux après lecture ou nous découper tous les articles de fond utiles à une association de téléspectateurs.

Voilà une façon de nous aider efficacement qui ne vous coûtera presque rien et qui, pour nous, est fort utile.

• Le prochain numéro de "Comment Téléze-Vous ?" sera consacré à notre analyse du déroulement et des résultats des Carrefours de l'Audiovisuel.

• En ouvrant un compte permanent au profit de l'A.T.A., vous recevrez notre périodique "Comment Téléze-Vous ?", vous pourrez y publier vos petites annonces non commerciales axées sur la télé (par exemple : je cherche une copie de telle émission), vous aurez accès à notre service de documentation, vous serez tenu au courant de nos activités et... surtout, nous vous inviterons à agir avec nous. Nous ne sommes pas assez nombreux. Remplissez donc maintenant le talon imprimé sur le présent journal et portez-le à votre agence bancaire. Si vous attendez demain, vous risquez de l'oublier !

## ÉDITORIAL

Notre a.s.b.l. a choisi sa maxime : informer pour agir. Pareil programme ne se met pas en place sans aucun membre... Notre projet devrait permettre aux citoyens préoccupés par l'évolution de l'audio-visuel d'agir. Nous pensons qu'il manquait un lieu pour réunir ceux-ci et nous tentons de le mettre en place. Notre victoire contribuera à mettre fin à un certain fatalisme : "Tout seul, devant mon poste, je suis révolté mais je me sens impuissant". En prenant part aux activités d'une association de téléspectateurs, vous découvrirez, nous l'espérons, un hobby passionnant et humaniste, et ainsi, nous participerons au déploiement du monde des associations de consommateurs dans un secteur qui leur était peu familier.

## C'EST AINSI

Pour parler de la télévision... il faut la regarder. L'A.T.A. magnétoscope un grand nombre d'émissions. Leur visionnement alimente les Forums-TV, l'émission de radio *Télesur écoutes* ainsi que le présent périodique. A titre d'exemples, voici cinq vilénies parmi tant d'autres... du service public et du privé, de France et de notre Communauté Française.

### RTL-TVI : JAMAIS DEUX SANS TROIS

Le 31 octobre 1993, "Média Pub" sur RTL-TVI affectionne outrancièrement son sponsor Toyota. En plus de la diffusion de sa publicité AVANT et APRES l'émission (celle-ci dure 1/2 heure), une troisième diffusion intégrale de la même publicité fut insérée dans une séquence programmée dans le corps de l'émission, un reportage qui explique comment a été tournée ladite publicité.

Autre carton jaune ! D'habitude, les chaînes nous annoncent que telle émission est sponsorisée par telle marque et, ensuite, est diffusé le spot publicitaire. A RTL-TVI, on pratique l'inverse. D'abord le spot et ensuite, l'annonce que l'émission est sponsorisée par la dite marque. Pourquoi ? Probablement parce que cette apparition du spot, sans avertissement préalable, surprend davantage de spectateurs et, ainsi, les contraint à le visionner.

### EURONEWS : L'INFO INCOMPLETE

Le 29 novembre 1993, les infos d'Euronews nous annoncent que les Suisses "ont dit oui pour la publicité sur le tabac et l'alcool". Voilà une information qui trompe le téléspectateur par omission... Idem pour Libération qui, ce jour-là, écrit : "La Suisse a voté oui au maintien de la publicité pour l'alcool et le tabac". Heureusement, La Libre Belgique nous apprend, à la fin de la 3ème colonne de son article, que la publicité pour le tabac sera autorisée dans la presse écrite et au cinéma et qu'elle sera interdite à la radio et à la télévision. Quel est le titre de cet article ? "La Suisse accepte la pub pour les cigarettes".

### TF1 : FIGURATION (SUITE)

Pascal Breugnot et Bernard Bouthier proposaient, il y a une douzaine d'années déjà, un portrait de Mr Thomas, cadre au chômage. Interviewé par l'hebdomadaire *Télérama*, ils déclaraient : "La spontanéité n'existe qu'à force de patience." Le même journal publia, quelques semaines plus tard, une lettre d'un lecteur qui donnait le nom de l'acteur qui avait joué ce rôle de cadre au chômage. Ce qu'on nous avait présenté comme un document était en fait une reconstitution.

En 1993, le duo Breugnot-Bouthier récidive à deux reprises.

Dans le premier numéro de "Comment Télé-Vous ?", nous avons expliqué comment leur émission "Mea Culpa" faisait croire que des figurants étaient des habitants du village de Suze -la-Rousse et soutenaient un père incestueux, ce qui ne correspondait pas à la réalité. TF1 a été obligé, le 28 juin 1993, de diffuser le droit de réponse du maire qui dénonçait cette mise en scène trompeuse.

Jamais deux sans trois. La nouvelle émission de notre duo, "Leçon d'amour", persiste et signe. Bernard Bouthier déclare à "Télé 7 Jours" : "Nous voulions faire parler l'homme de la rue, de ses relations avec le sexe,

Le consumérisme du "petit écran" est nouveau. Normal ! Agée à peine d'une quarantaine d'années, la télévision vit actuellement sa crise d'adolescence. Tout est donc à imaginer. Soyons pionniers. Les enjeux ne sont pas minces ! La télévision ne forme-t-elle et ne déforme-t-elle pas bien des mentalités et bien des comportements ?

Nous ne sommes pas hargneux. Nous aimons la communication humaine. La télévision en est l'un des moyens majeurs. Nous découvrons régulièrement des émissions fabuleuses. Notre travail a pour objet de favoriser les conditions techniques et légales qui les multiplieront.

Nous espérons vraiment que le mois prochain, vous pourrez nous lire, ce qui signifie que d'ici là, vous serez devenu membre de notre association (voir page 7).

**Benoît Goossens, président.**

de ses relations amoureuses". Sur le plateau du tournage de "Leçon d'amour", les caméras de "Téles Dimanche" (Canal+) enquêtent... et rencontrent des personnes qui n'ont rien à voir avec "l'homme - ou la femme - de la rue" ! Les 3/4 des témoins qui seront interrogés par "Leçon d'amour" appartiennent au monde du spectacle ou des médias. On y retrouve entre autre une enquêtrice de "Perdu de Vue", une autre émission de TF1.

Ce reportage de Canal+ est diffusé le 26 septembre et l'émission de "Leçon d'Amour" sera, quant à elle, diffusée sur TF1, le 28 octobre. On n'y retrouva aucune des personnes interviewées par Canal+. Probablement qu'un nouveau tournage fut décidé par TF1, en dernière minute. Et cette fois-ci, la profession des nouveaux interviewés sera mentionnée par des sous-titres.

### RTBF : DE BRIGODE ET LES "PORTE MICROS"

Le dimanche 14 novembre 1993, le débat de la RTBF "Mise au point" était consacré à l'évolution du paysage audio-visuel.

Le premier tiers de l'émission proposa un dialogue entre le Ministre Elio Di Rupo et deux journalistes de la RTBF. Pour le reste de l'émission, ces trois personnes se joignirent à un panel de cinq autres intervenants.

Lorsque l'un des animateurs, François de Brigode, tenta d'interrompre le député Henri Simons pour "respecter le débat démocratique", celui-ci répliqua en faisant remarquer que le fait de donner la parole au seul Ministre pendant un bon quart d'heure pour que celui-ci puisse dire ce qu'il avait envie ne constituait pas vraiment un débat démocratique.

Au lieu de répondre à cette critique pertinente sur la structure de l'émission, François de Brigode coupa définitivement la parole à Henri Simons, en lui reprochant de traiter les journalistes de "porte micro".

Morale de la fable. Pareille intimidation tente d'inculquer aux hommes politiques le principe que les médias sont sacrés. Si l'on veut s'exprimer sur les ondes de la RTBF, mieux vaut ne pas remettre en question les pratiques de certains journalistes.

Décidément, les médias n'aiment pas qu'on les critique. Le journalisme d'investigation ne devrait-il pas aussi s'appliquer à l'analyse du monde journalistique ? Peut-on parler d'immunité journalistique ?

### RTL-TVI : QUEL CHAMEAU !

Le chameau de Camel a bien de la chance... Après TF1 qui avait diffusé subrepticement, le 3 juin dernier, une publicité de cette marque de cigarette dans une séquence "journalistique" de l'émission "Télé-Vision", RTL-TVI fait de même, le 28 novembre 1993. "Média Pub" propose une séquence pour fêter les 80 ans dudit chameau (et l'année prochaine, ce sera impoli de ne pas fêter ses 81 ans...), ce qui lui permet de diffuser "de façon informative" des extraits de cette publicité, sans omettre le plan où l'on voit clairement quatre paquets de clopes de cette marque. Ils se répètent ? Nous aussi. Republions la conclusion de l'article "TF1 diffuse de la "pub cigarette" (Comment Télé-Vous? N° 1) : La publicité pour les marques de tabac est interdite en TV. Et pas la diffusion d'un spot pour une marque de cigarettes à l'intérieur d'une séquence "informatrice" dans le corps d'une "émission" ? Pareille bavure donne raison à ceux qui souhaitent que l'interdiction des publicités pour le tabac s'étende à toutes les images où apparaît le logo d'une de ces marques (et donc également le sponsoring).

# GUY LEMAIRE AIME-T-IL LES ASSOCIATIONS ?

Qui ne connaît pas "Tour de chance", l'émission télévisée de "variétés" présentée le dimanche soir par Guy Lemaire sur la RTBF ? En décembre 1991, la RTBF diffuse un spot proposant au public de "participer à l'enregistrement" de Tour de Chance.

Deux numéros d'appel sont affichés. Il s'agit en fait des numéros de téléphone du Forum de Liège, la salle de spectacle où l'émission est enregistrée. Le téléspectateur qui téléphone est invité à réserver ses places et venir les retirer. Ce n'est qu'en se présentant au Forum qu'il apprendra que les places sont payantes, à concurrence de 200 ou 300 francs ! Cette technique de vente (soutirer un engagement en omettant des informations) est critiquable. Surtout de la part d'un service public. La Fédération Indépendante des Seniors décide alors de réagir. Elle adresse aux deux producteurs de l'émission, Philippe Luthers et Guy Lemaire une lettre demandant que le prix des places soit annoncé dans le spot promotionnel. Les rappels pleuvent et restent sans réponse. Les séquences promotionnelles du mois suivant ne tiennent pas compte de la revendication.

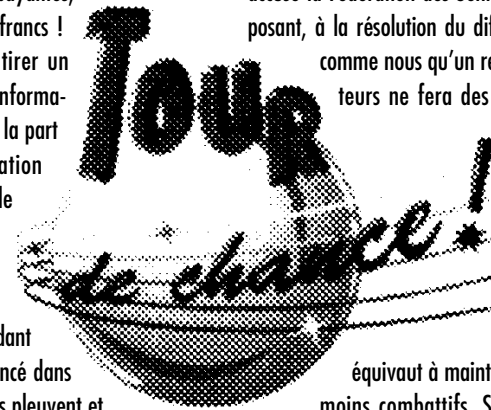
Madame Betty Andrès, Chef du Service Animation de la Fédération des Seniors, écrit alors dans sa revue mensuelle un article virulent, mais très pertinent, sur le silence inadmissible des co-producteurs de Tour de Chance : "...Le problème n'est pas si secondaire que cela... Peut-être, partant d'un "détail", pourrions-nous réfléchir un peu plus à notre qualité de citoyens". Il faudra attendre mars 1992 pour que le spot promotionnel de Tour de Chance invite les téléspectateurs à recueillir, au numéro

d'appel cité, des renseignements sur "la vente des places". La victoire est partielle : les prix des places n'est toujours pas précisé dans le spot et les deux producteurs de l'émission n'ont toujours pas daigné répondre aux lettres de la Fédération des Seniors.

En mai 1992, quelques membres de la Fédération des Seniors adressent à titre personnel une lettre à Jean-Marie Peterken, directeur du centre de production de Liège où ils s'interrogent sur le silence méprisant des producteurs de Tour de Chance. La réponse que leur enverra alors Guy Lemaire est édifiante. Se gargarisant d'honorer depuis vingt ans tout le courrier qu'il reçoit, il accuse la Fédération des Seniors d'avoir nuit, en s'interposant, à la résolution du différend ! Guy Lemaire sait comme nous qu'un regroupement de téléspectateurs ne fera des émules que s'il remporte des victoires concrètes et si ses requêtes sont entendues par les responsables des chaînes de télévision. Mépriser les démarches collectives équivaut à maintenir les gens isolés, et donc moins combattifs. Sa réaction nous amène à poser la question suivante : les responsables de la télévision, effrayés par les associations de téléspectateurs, ont-ils le droit de les ignorer ?

Rebondissement final : au cours de la saison 1993, le prix des entrées est enfin mentionné dans les spots. Autrefois, lorsqu'il était occulté, il était à 200 et 300 francs... Aujourd'hui, on ne déboursa plus "que" 150 francs pour être figurant à Tour de Chance.

**Jean-Christophe Pirnay**



## ECOUTEZ-NOUS !

Chaque semaine, l'A.T.A. produit et anime "Télesur écoutes", une émission de radio d'une heure durant laquelle un invité est confronté à l'actualité télé. Ces invités sont créateurs, représentent des courants associatifs ou travaillent dans le monde médiatique.

• **A Bruxelles**, vous pouvez capter " Télesur écoutes",

-le mardi à 21H sur Radio Campus (107.2 FM)

-le lundi à 13H, le jeudi à 19H et le vendredi à 12H sur Radio Air Libre (107.6 FM).

• **A Arlon**, le vendredi à 18H20

et le dimanche à 12H50 sur ARA (101.8 FM)

• **A Namur**, le jeudi à 15H30 sur RUN (106.4 FM)

• **A Soignies**, le samedi à 16H sur OSR (101.6 FM).

Notre émission n'est pas diffusée dans votre ville ? A vous de convaincre les responsables de la radio locale la plus proche...

### "TÉLÉS SUR ECOUTES" ACCUEILLERA EN JANVIER :

• **Michel Herr**, musicien et compositeur de musiques de télé-films et de films (Just Friends) • **Paul Thielès**, enseignant qui promeut l'intégration des sciences dans la culture • **Anne Sylvestre**, chanteuse • **Marc Abramowicz**, psychologue (Aimer à l'ULB).

### "TÉLÉS SUR ECOUTES" ACCUEILLERA EN FÉVRIER :

• **Jean-Michel Lorée**, de la Radio O.S.R. de Soignies • **Stéphane Rosenblatt**, rédacteur en chef du journal de RTL-TVi • **Pierre Gordinne**, directeur de la Médiathèque de la CFB • **Elio Di Rupo**, Ministre de la Communication et de l'Éducation. • Et pour suivre : • **Jaco Van Dormael**, réalisateur de "Toto le Héros" • **Gérard Valet** (RTBF), etc.

### ILS ONT ÉTÉ NOS INVITÉS

Après l'émission, nos invités signent notre livre d'or... Non! Non! On ne se prend pas pour l'Heure de Vérité !

Feuilletons ensemble quelques pages...

• **Alain de Kuysche**, rédacteur en chef de *Téléoustique* : "Téléoustique a 70 ans. C'est plus que la télé. Le seul espoir : que la télé disparaisse, ce qui permettra à *Téléoustique* de passer à autre chose. Je compte sur l'A.T.A. pour précipiter le processus".

• **Betty Andrès**, permanente à la Fédération Indépendante des Seniors : "Tout ce qui peut contribuer à rendre nos compatriotes humains un peu plus responsables, tout ce qui peut contribuer à la naissance d'une nouvelle éthique, d'une nouvelle morale... est un germe d'espoir. C'est peu, tout est si peu, mais comme on disait en un temps où l'on avait encore beaucoup (plus) d'espoir, Small is beautiful".

• **Paul Hermant** : administrateur délégué de Causes Communes, fondateur de Villages Roumains : "Remplacer la générosité par la compétence, l'indignation par les idées et l'image par la rencontre. Alors, peut-être, nous serons citoyens de nous-mêmes au lieu d'être les sujets des autres. Pour une association de téléspectateurs actifs et -espérons-le- compréhensifs".

• **Daniel Léon** : professeur de "mise en onde" à l'INSAS, a enregistré 300 albums de chansons, de jazz, etc., et a sonorisé plus de 2.000 concerts. Travaille actuellement pour le Plan K, Julos Beaucarne et Anne-Teresa de Keersmaker : "La télévision est l'arme la plus dangereuse de l'histoire. C'est elle qui nous permet d'accepter la Yougoslavie, la Somalie, de se croire responsabilisés dès qu'on a vu une image. Aujourd'hui, 1984 est déjà installé et il est temps de s'inquiéter de tout cela".

• **Philippe Soreil**, animateur et producteur de "La main à la patte" (RTL-TVi) : "Les téléspectateurs, c'est -s'ils le veulent- la santé de la télévision. Ils sont notre raison d'être et nous les respectons".

• **Hugues Le Paige**, journaliste à la RTBF : "Parfois l'information est une chose trop sérieuse pour être confiée aux journalistes et à la télévision, la critique est toujours une chose trop importante pour ne pas être confiée aux téléspectateurs".

• **Alexandrine Duez**, coordinatrice de l'émission "BD" (Canal+) : "Aiguiser notre regard pour que jamais la télévision ne nous tue".

# L'A.T.A. FAIT PRESSION

L'Association des Téléspectateurs Actifs fait pression. Le courrier est un moyen démocratique pour introduire le dialogue. Les coups de téléphone sont à proscrire car ils ne laissent pas de traces valables juridiquement.

Souvent, nous devons envoyer des rappels en envoi recommandé à certains de nos interlocuteurs qui n'ont pas répondu à une première lettre affranchie normalement. Ce second envoi, nous le faisons trois semaines après le premier.

Lorsque nous considérons que notre interlocuteur utilise la langue de bois dans ses réponses, nous sommes bien souvent repartis pour une deuxième, une troisième lettre affranchie normalement... suivie, trois semaines plus tard, de l'envoi recommandé.

Nous espérons que, tôt ou tard, nos interlocuteurs, connaissant notre détermination, nous feront gagner du temps et de l'énergie. La diffusion mensuelle de "Comment Télé-Vous ?" et notre émission de radio hebdomadaire "Téles sur Ecoutes" donnent un écho non négligeable à nos questionnements et aux réponses qui leurs sont apportées.

Bien entendu, cette "démocratie médiatique" nous coûte cher. Que nos lecteurs -les télé-spectateurs mais également les travailleurs des médias- puissent ne pas oublier de nous verser leur cotisation. L'explication du fonction-

nement de cette rubrique vous permet de mieux comprendre comment nous utilisons votre soutien financier.

RTL-TVI :

## QUE J.-C. DE KEYSER RESPECTE SES DÉCISIONS

Benoit Goossens, président de l'A.T.A., a adressé le courrier suivant au Directeur Général de RTL-TVi, Jean-Charles De Keyser :

"...A Fernand Letist du "SOIR", vous avez déclaré: " On a pris une décision audacieuse. Rentrer dans cette grande croisade de la non-violence à la télé en bannissant la violence en après-midi et avant- soirée". Téléoustique a titré: " Jean-Charles De Keyser: supprimer la violence, c'est mon pari de la rentrée". Et Ciné-Revue: " Jean-Charles De Keyser: RTL-TVi mise sur les jeunes et la non-violence".

Vous avez été interviewé dans le talk-show " C'est bon pour une fois" où les télé-spectateurs vous ont vu déclarer, le 21 septembre 1993: " ...On a pris la décision à RTL-TVi de limiter la violence aux heures tardives. Nous avons décidé de passer la violence après 20 heures, ce qui garantit aux parents pendant les heures où les enfants regardent la télévision une certaine sécurité, y compris pendant les programmes du week-end".

Le 27 novembre dernier, sur les antennes de la RTBF, votre confrère Jacques Mercier, dans sa "Semaine infernale", s'exclama à propos de vos déclarations: " C'est de la publicité mensongère".

L'Association des Téléspectateurs Actifs, alertée par cette déclaration, a visionné, le dimanche 12 décembre, le feuilleton "Miami Vice ou Deux flics à Miami", programmé à 16 heures 30, juste après le " Coup de dés Enfants". L'épisode s'intitulait: " Tous les coups sont permis". Nous avons constaté en moins de 3/4 d'heures:

- un accident de voiture violent,
- un crime au couteau,
- un échange de coups de poing,
- une scène de menace avec poignard,
- une scène de violence dans un bar,
- un cadavre jeté dans le coffre d'une voiture,
- une longue scène de coups suivie d'une défenestration,
- une poursuite, avec coups de feu et plusieurs morts, dont un par électrocution.

Ce feuilleton est programmé chaque dimanche à l'heure du goûter dominical sur votre antenne. Pour être conséquent avec vos déclarations et pour respecter les parents à qui vous avez garanti "une certaine sécurité", pouvez-vous supprimer dans les plus brefs délais ce programme des heures accessibles aux enfants ?

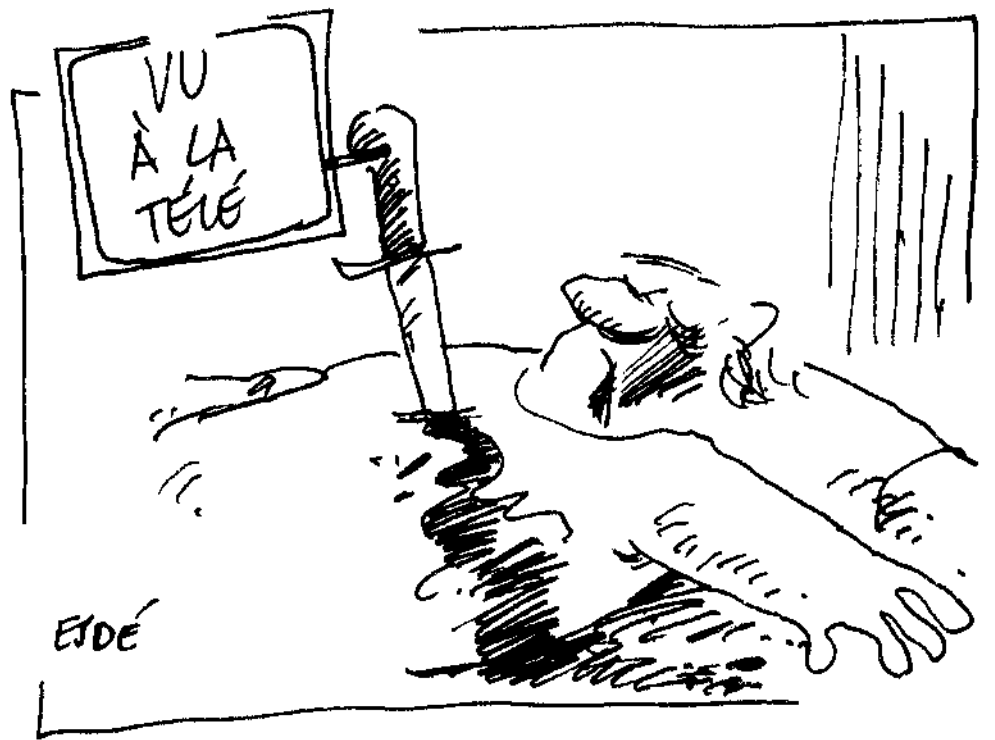
Nous espérons pouvoir publier la réponse de Mr De Keyser dans le prochain "Comment Télé-Vous ?".

RTBF :

## TROP DE CITATIONS DE SPONSORS !

Notre Président a envoyé le courrier suivant à Madame Mamine Pirotte, Directrice du Centre de Liège de la RTBF qui produit le divertissement dominical "Tour de Chance".

Dans le spécial "Tour de chance des 40 ans de la RTBF", Guy Lemaire dit: " ...Michel Franssen, vous nous avez donné avec CERA, tout au long de cet été, Le jeu des 40 ans...".



CERA n'est pas sponsor de "Tour de chance". Dans le corps journalistique de son émission, l'animateur cite ainsi le sponsor d'une autre émission de la RTBF.

Nous souhaiterions publier votre réponse à la question suivante: pourquoi Guy Lemaire a-t-il cité le nom d'un sponsor d'une autre émission dans sa présentation de "Tour de chance"? La règle déontologique en vigueur à la RTBF qui exige que l'on ne cite pas dans les émissions des noms de marque ne s'applique-t-elle pas à la citation de sponsors extérieurs à l'émission où se produit la citation ?

Madame Mamine Pirotte nous répond dans un courrier daté du 14 décembre 1993: " Votre courrier relatif à la mention, au cours de l'émission Tour de Chance, du sponsor du Jeu des 40 ans a retenu toute mon attention. Cette mention a été faite en accord avec la Direction de la Télévision. "

N'étant pas d'accord avec cette réponse, nous avons soumis ce dossier au Ministre Elio Di Rupo, le 16 décembre 1993: " ...Nous aimerions beaucoup connaître votre positionnement. Voici les deux questions que nous souhaitons vous poser :

1° : Trouvez-vous normal que la règle déontologique en vigueur à la RTBF qui exige que l'on ne cite pas dans les émissions des noms de marque ne s'applique pas à la citation de sponsors extérieurs à l'émission où se produit la citation ?

2° : Quelle procédure légale une association de télé-spectateurs peut-elle entreprendre pour que soit interdite légalement cette pratique ?

Nous espérons publier la réponse du Ministre dans notre prochain numéro.

(À SUIVRE)

## FAUT-IL BRULER LES FORUMS-TV ?

Jean-Christophe a assisté, l'année dernière, à plusieurs "Forums-TV" que l'ATA a animés. Le feeling a agi. Aujourd'hui, Jean-Christophe participe, chaque semaine, à notre émission de radio et écrit régulièrement pour "Comment Télé-Vous ?".

A bas les "Forums-TV" ! S'il y a bien un conseil à vous donner, c'est de ne jamais laisser rentrer chez vous les animateurs fourbes et rusés de l'ATA, dissimulant sous cape leurs infernales cassettes vidéos. En particulier si une quinzaine de proches était réunis chez vous, imaginez le scandale.

Vous seriez ainsi condamnés à subir un Forum-TV. Nous ne saurions dénoncer avec assez de vigueur le caractère ludique de ces manipulations de magnétoscopes, censées présenter les grandeurs et décadences de la télévision, collectées durant les semaines précédentes. Quelle perverse obstination à briser le charme des faux-directs, des vrais play-backs, et des vraies-fausses interviews...

D'emblée, une force irrésistible vous entraînera dans l'engrenage infernal de la participation: non content de recevoir des informations, vous serez petit à petit formés à votre insu à regarder la TV autrement.

Pire, cela vous donnera envie de la regarder, pour jouir de votre nouvelle acuité. Force nous est de pourfendre cette idéal démoniaque du "télé-spectateur actif" ! Mettre à jour les mécanismes d'un débat, d'un journal télévisé, passe encore; mais s'en prendre aux émissions de divertissement, c'est un comble !

Nous n'allons tout de même pas abandonner le plaisir avachissant de se vautrer dans la sous-culture cathodique ! De plus, cela réduirait à néant tant d'abnégation anonyme, tant d'efforts ingrats destinés à nous persuader que nous avons voulu, réclamé et applaudi tout ce que l'on nous sert. Non, décidément, la seule place des Forums-TV est le bûcher !

Jean-Christophe Pirnay

## RENDEZ-VOUS, CE MERCREDI 9 FÉVRIER

Lorsqu'un Forum TV est organisé par un particulier pour sa famille et ses ami(e)s, nous ne l'annonçons pas dans "Comment Télé Vous ?". Par contre, lorsque c'est une association qui l'organise et si elle le souhaite, nous en informons nos lecteurs. C'est le cas du "Forum TV" que nous animerons le mercredi 9 février à 20 heures, à Mains-Unies, au 383, rue Léon Vanderkindere à Uccle (tél.: 02/ 344.46.53).

Si vous avez envie de découvrir un "Forum TV", avant d'en organiser un pour votre entourage, voilà une occasion à ne pas manquer !

# PUBLICITÉ TROMPEUSE

Début octobre 1993, une publicité diffusée dans des quotidiens et hebdomadaires (Le Soir, Téléoustique, etc.) attira notre attention. Cette annonce faisait état d'un projet de Grand-Prix de Formule 1 dans les rues de Bruxelles, imaginé par un groupe d'investisseurs basé à Londres. Elle invitait "tous les Belges à se prononcer pour ou contre ce projet" lors d'un rendez-vous télévisuel fixé au 10 octobre à 18H25 sur la RTBF et à 20H sur RTL-TVi.

Extrait du texte de cette publicité: "... Quoi de plus naturel que de demander aux gens leur avis ? D'où l'idée d'inviter tous les Belges à se prononcer -pour ou contre- l'organisation d'un Grand Prix à Bruxelles. Une

importante campagne de communication démarre donc aujourd'hui pour fixer un rendez-vous télévisuel au cours duquel les télé-spectateurs sont invités à voter par téléphone. Des centaines de

lignes seront mobilisées à cet effet. Pour la première fois, on va enfin demander l'avis des gens..." (Le Soir, 4 octobre 1993, page 11).

## TOUT POUR NOUS ATTIRER

Le jour venu, nous avons constaté que ces rendez-vous correspondaient à un écran publicitaire. Le spot qui commença par des images de Grand-Prix s'avéra très vite être une publicité pour une marque de jeux vidéo qui n'a aucun lien, même ténu, avec ce prétendu référendum.

L'idée est simple: un spot-télé coûte très cher. Donnons l'envie à davantage de personnes de le regarder. Publiions donc des encarts publicitaires dans la presse écrite où l'on convie le public au rendez-vous publicitaire sur le petit-écran. Pour l'attirer, transformons l'objet réel du rendez-vous (la vision d'une publi-

cité) par un concept capable d'attirer le public le plus vaste puisqu'il fait allusion au sport ainsi qu'à l'idée démocratique d'un référendum.

Grâce aux encarts de la presse écrite, certains télé-spectateurs feront un acte volontaire pour regarder cette publicité. Elle risque donc d'avoir un impact, positif ou négatif (si le télé-spectateur est déçu, comme nous...), beaucoup plus grand que celles qui sont vues par hasard par le public.

## NOTRE PLAINTE

Nous fûmes donc induits en erreur et trompés. Le comité de contrôle de la publicité au sein de la RTBF ayant laissé passer cette annonce et le Conseil d'éthique de la publicité audiovisuelle -prévu par le décret de 1991- n'existant toujours pas<sup>(1)</sup>, nous avons

porté plainte auprès du Jury d'Éthique Publicitaire, d'autant plus que la publicité trompeuse n'est pas celle qui est passée sur le petit écran mais bien celle qui a été diffusée dans la presse écrite.

Le JEP asbl est un organe consultatif donnant des avis et des recommandations. Il est composé de publicitaires chargés de s'auto-discipliner.

Notre plainte est d'autant plus justifiée que si ce nouveau type d'abus publicitaire n'était pas condamné, il pourrait facilement se développer.

L'affaire est en cours. Le secrétaire du JEP nous a demandé de lui fournir une copie du spot diffusé à la télévision. La cassette a été envoyée (à suivre).

Patrick Sénéart et Benoit Goossens

<sup>(1)</sup> Le Ministre Elio Di Rupo vient enfin de désigner les membres de la Commission d'éthique de la publicité. L'ATA va donc également contacter cette Commission.

# C'EST À LIRE

## LE TABAC : PLUS IMPORTANT QUE LES MÉDIAS

Ejectés du GATT, la culture et l'audiovisuel ne sont vraiment plus des marchandises comme les autres. Puisque les médias constituent notre "4ème pouvoir", il faudrait avoir maintenant le courage politique d'y consacrer davantage de moyens, quitte à diminuer d'autres budgets qui, par exemple, pourraient financer certains travaux inutiles !

Lu dans "LE SOIR" du 2 octobre 1993 : "...Il faut savoir qu'en 1992, chaque consommateur européen a payé près de 16.00 FB pour la protection de l'agriculture dans la CEE. Si le "Plan Média" coûte 8,2 milliards de FB sur les 5 ans de son exercice, le soutien à l'industrie du tabac engouffre, chaque année, 42 milliards de FB !".

• A lire : de très nombreux articles qui prennent position pour que la culture et les médias soient traités dans le GATT ou en soient exclus.

• Réf.: A007

## PPDA : UN MENSONGE DE PLUS DE 700 JOURS

Au 20 heures de TF1, le 13 décembre 1993, Patrick Poivre d'Arvor a proposé une interview exclusive de Fidel Castro. Une vraie !

Deux ans plus tôt, le 16 décembre 1991, dans l'annonce du 20 heures, le même PPdA annonçait : "...une des équipes de TF1 a interrogé Fidel Castro".

Une semaine plus tard, l'hebdomadaire Télérama dévoilait la supercherie. PPdA a effectivement assisté à la conférence de presse de Fidel Castro à Cuba mais n'a posé aucune question. Ultérieurement, il s'est fait filmé en plan rapproché pour réinterpréter les questions posées réellement par ses confrères et certaines déclarations de Castro y ont été "collés".

Interviewé sur Canal+ par Michel Denisot pour "Télé dimanche", le 19 décembre 1993, deux ans après la diffusion du montage trompeur, PPdA vient enfin de reconnaître qu'en 1991, il n'avait pas réussi à faire une interview de Castro :

- M.D. : Cette semaine, vous avez eu dans votre journal de 20 heures, une vraie interview de Fidel Castro. Cela

vous a-t-il fait du bien ?

- PPdA : Je n'avais pas réussi à en faire une, il y a deux ans... Je n'étais pas content. Je n'avais pas réussi mon affaire...

Cet aveu confirme donc bien que PPdA, en plus de piquer les questions de ses confrères et de tromper ses téléspectateurs... ne se gêne pas pour écrire et faire publier un "droit de réponse" mensonger. En effet, "Télérama" avait été obligé, le 15 janvier 1992, de publier une lettre où PPdA osait affirmer :

"Nous avons pu approcher Fidel Castro et lui poser au cours d'une conférence de presse quelques questions qui semblent l'avoir irrité."

• A lire : le script du JT de 20 H de TF1 du 12/12/91 ; le jugement du procès "T.V.: Carton Jaune" - PPdA et Régis Faucon; de nombreux articles concernant cette affaire.

• A voir : Séquence de Pierre Carles diffusée dans "Double Jeu" de Thierry Ardisson, le 25/1/92, sur Antenne 2.

• Réf.: A008

## LES CARREFOURS DE L'AUDIO-VISUEL

Nous tenons à votre disposition les documents publiés dans le cadre des Carrefours de l'Audiovisuel organisés par le Ministère de l'Audiovisuel de la Communauté Française : le rapport de recherche "Le grand public et l'audiovisuel : les attitudes et les attentes" élaboré notamment à partir des réponses au questionnaire publié l'automne dernier dans la presse écrite; "Les Carrefours Professionnels de l'Audiovisuel" par Robert Wangermée; "Les Carrefours du Public" par Roger Ramaekers ainsi que le texte du discours de conclusion du Ministre Elio Di Rupo.

• Réf.: A009

**L'A.T.A. ne partage pas nécessairement les opinions émises dans les articles présentés ci-dessus. Ceux-ci, néanmoins, nous semblent intéressants pour lancer le débat et combattre la langue de bois. Les membres de l'A.T.A. peuvent consulter ces documents auprès de notre permanence. Contact : A.T.A. - Rue du Viaduc, 19 - 1050 Bruxelles.**

# AUX QUATRE COINS DU MONDE

## FRANCE : LES TÉLÉVISIONS ET FELLINI

Le soir de la mort d'Yves Montand, TF1 avait chamboulé ses programmes pour diffuser, au prime-time, de larges extraits d'une émission que, naguère, le transfuge Michel Drucker avait consacré au célèbre acteur-chanteur sur Antenne 2, ce qui valut d'ailleurs un procès à TFI. On ne put remarquer pareil engouement à la mort de Frédéric Fellini qu'on préféra célébrer par des reportages agiographiques dans les JT plutôt qu'en rediffusant son oeuvre en début de soirée...

Quel JT a-t-il rappelé que le réalisateur s'opposait aux coupures publicitaires dans la diffusion de ses films à la télévision ?

Fin 1988, l'Assemblée Nationale Française doit prendre position sur la première coupure publicitaire dans les films. Un sondage réalisé par l'hebdomadaire Télérama, les 22 et 23 novembre 1988, montre que 70% des Français s'opposent à ces coupures.

A Chantelle, un village de l'Allier, un professeur de musique retraité, Jean-Paul Lerat, mobilise ses amis et crée l'ANADET, une association qui lancera une pétition nationale contre la coupure des films et des émissions par la publicité. Frédéric Fellini enverra un télégramme de soutien à cette association.

En décembre 88, l'Assemblée Nationale Française optera pour les coupures publicitaires.

L'ANADET poursuivra -hélas en vain- son pétitionnement. L'un de ses membres, Yvan Gradis, créera un jour-

nal trimestriel qui dénonce la publicité comme "...péril écologique et culturel, ennemie de la liberté". Pour en recevoir un exemplaire, écrivez de la part de "Comment Télé-Vous ?" au "Publiphobe", c/o Yvan Gradis, 56 Bis, rue Escudier - 92100 Boulogne FRANCE.

## QUÉBEC : UN COURRIER ÉLECTRONIQUE

Après 17 ans d'existence, l'A.N.T. (Association Nationale des Téléspectateurs) ferme ses portes à Montréal. Le désengagement du Ministère des Communications du Québec qui abandonna complètement le champ de l'éducation aux médias en 1987, suivi en 1991 du retrait total du soutien financier du Ministère des Loisirs, Chasse et Pêche auront eu raison de cette association. L'A.N.T. s'est intéressé à la violence à la télévision, au volume sonore élevé des annonces publicitaires, à l'augmentation des tarifs du câble, aux programmes et aux publicités pour les enfants, à l'avenir des télé éducatives, etc.

Parmi les revendications qu'elle a développées, on retiendra, par exemple, sa proposition aux télédiffuseurs de développer une tribune électronique comparable au courrier des lecteurs que l'on retrouve dans les journaux. Tout le patrimoine documentaire développé et accumulé par l'A.N.T. reste accessible à l'Office des Communications Sociales (O.C.S.), 1340 Boulevard Saint Joseph Est à Montréal (Québec) H2J 1M3. Consultation sur rendez-vous : (514) 524-8223. Fax : (514) 524-8522.

## C'EST QUI ?

### "COMMENT TÉLÉZ-VOUS ?"

Rue du Viaduc, 19 - 1050 Bruxelles • Tél. et FAX : 02/539 19 79

Rédaction : Benoit Goossens • Bernard Hennebert • Jean-Christophe Pirnay • Patrick Sénélart

Illustrations : Serdu • Mise en page : Benoit Goossens.

Mon numéro de compte : □□□ - □□□□□□□□ - □□

## NOUVEL ORDRE PERMANENT À DATE CONVENUE

Je soussigné : ..... titulaire du compte précité  
demeurant à .....

donne ordre de payer pour une durée indéterminée (1) : mensuellement  (2) trimestriellement  (2)

à partir du ..... / ..... /1994 un montant de ..... Francs.

au bénéfice du compte bancaire n°001-0837560-41

BENEFICIAIRE : A.T.A. a.s.b.l.  
Rue / n° : Rue des Pâquerettes, 16  
Code postal / Localité : 1030 BRUXELLES  
Communication : Cotisation

Date et signature du titulaire du compte

Cachet de l'agence

(1) Toute révocation ou modification de cet ordre sera notifiée par pli recommandé envoyé au siège central ou par un avis signé dans votre agence 15 jours avant l'échéance.  
(2) Cocher la case adéquate.

## C'EST COMBIEN ?

**L'A.T.A. ne reçoit jusqu'à présent aucun subsid.**  
**Conséquence : nos finances, c'est nous... et c'est vous.**

Les membres recevront régulièrement notre périodique "Comment Télé-Vous ?", auront accès à notre service de documentation, etc. (voir à la fin de la page 8).

Devenez membre de notre a.s.b.l. en cotisant 400 francs/an (pour les étudiants, les chômeurs, etc.) et 1200 francs/an (pour les autres).

Il vous suffit de verser cette somme au compte de l'A.T.A. : 001-0837560-41.

## À DÉPOSER À VOTRE AGENCE BANCAIRE

Néanmoins, nous préférons une autre formule de financement - qui vous coûtera le même prix - car notre action vise le long terme. Offrez-nous un ordre permanent. Sur celui-ci, les étudiants et les chômeurs verseront un montant de 100 Fb, chaque trimestre. Et les autres personnes, 100 Fb chaque mois. Remplissez à cet effet le formulaire ci-dessus et déposez-le à votre agence bancaire. Merci.

## C'EST À SIGNER : VOTRE "PRESSION" MENSUELLE

A chaque parution, *Comment Télé-Vous ?* propose une revendication à votre signature et à celles de vos ami(e)s. En effet, il ne suffit pas de mieux s'informer sur les dessous de la télé pour que le paysage audio-visuel s'humanise.

L'information doit mener à l'action du public. Et pourquoi ne pas agir pour la télé comme le font *Amnesty International* ou *Greenpeace* ? Ainsi, notre "pression" prendra la forme, tantôt d'une pétition, tantôt d'une "lettre de lecteurs" collective destinée à un hebdo télé, etc. Photocopiez-la en PLUSIEURS exemplaires. Envoyez-les nous le plus rapidement possible. Nous nous chargerons de les transmettre collectivement à leur destinataire.

## Les sponsors kidnappent la météo aux sourds

Par la présente, je charge l'A.T.A. de demander aux administrateurs de la RTBF de reprogrammer, sur la chaîne Sport 21, après l'édition du JT de 19H30, la séquence de la météo avec interprétation en langue des signes. Les sourds et malentendants avaient autrefois droit à l'interprétation en langue des signes de la météo lorsque celle-ci faisait partie du journal télévisé.

Lorsque le sponsoring et la publicité furent introduits à la RTBF, la météo fut déplacée du J.T. car ceux-ci ne peuvent apparaître à l'intérieur du JT et la météo fort prisée des téléspectateurs fut sponsorisée. La traduction gestuelle se limitant au JT, les sourds et malentendants furent privés de météo.

Je n'admet pas la réponse pour le moins cynique donnée à cette requête par l'ancien administrateur général Robert Stéphane, dans un courrier daté du 20 juin 1989 : "...Vous n'aurez pas manqué de remarquer le côté très "visuel" de la nouvelle présentation dans laquelle l'évolution du temps au cours de la journée et de la nuit est bien illustrée par des dessins électroniques. D'autre part, la carte de Belgique fait apparaître très clairement les températures. J'espère donc que les malentendants, après une période d'adaptation, pourront profiter pleinement des informations météorologiques que nous essayons de rendre encore plus précises et scientifiques grâce à la nouvelle formule..."

La RTBF n'est plus une télé d'avant-garde pour son respect des sourds et des malentendants. Il serait heureux qu'elle reconquière une position de leader au moment précis où d'autres chaînes tiennent de plus en plus compte de ce public spécifique.

Ainsi, depuis le début du mois de novembre 1993, France 3 a développé le nombre de ses émissions sous-titrées via le télétexte avec désormais "Faut pas rêver" et "Thalassa".

Une télévision de service public se reconnaît également à son respect pour LES publics qui la regardent.

Si vous photocopiez cette "Pression", vous pourrez noter votre commentaire personnel au verso (facultatif).

NOM, prénom :

DATE ET SIGNATURE :

Adresse :

Téléphone :

(Vos coordonnées ne seront pas diffusées à de tierces personnes ou autres associations)

A renvoyer à : Association des Téléspectateurs Actifs (A.T.A.) - Rue du Viaduc, 19 - 1050 BRUXELLES