

BYE BYE PAUVRETÉ ?

ANALYSE CRITIQUE DE LA 4ÈME ÉDITION DE « VIVA FOR LIFE »

Par Jean Blairon et Christine Mahy

La fin de l'année 2016 aura été très auto-centrée pour la RTBF.

La chaîne de télévision publique s'est longuement interrogée à l'occasion de l'anniversaire (sic) de sa propre émission « Bye bye Belgium », où les journalistes, dans un « faux » Journal Télévisé qui a tardé à se révéler comme tel, annonçaient la fin de la Belgique. Dans ce retour en arrière, n'était pas absent le frisson d'une transgression autant exprimée que fausement regrettée : « avons-nous eu raison de le faire ? ».

On a pu montrer que cette prétention de la télévision à « agir sur la réalité » en « conscientisant » relevait à la fois de l'immodestie et de l'appauvrissement de la réalité¹.

Avec l'émission caritative « Viva for life », la RTBF s'inscrit exactement dans la même lignée, jusqu'à oublier de ne pas prétendre que la pauvreté vécue par les enfants en Belgique est atteinte par son barnum quelque peu narcissique.

UNE AMBIGUÏTÉ STRUCTURELLE, UN MENSONGE INSTITUTIONNEL

« Viva for life » a pour objectif de récolter des dons pour aider les associations qui aident les enfants vivant dans la pauvreté.

Ces fonds caritatifs peuvent probablement aider les associations appauvries par les politiques d'austérité menées depuis la crise bancaire de 2008, mais on ne peut prétendre que la situation des enfants s'est significativement améliorée pour autant.

C'est pourtant ce qu'affirme à plusieurs reprises le dossier de presse de 28 pages que la RTBF a concocté pour l'occasion à l'intention de ses collègues du champ médiatique².

On y lit par exemple ce propos d'Anne-Laure Macq expliquant pourquoi elle « résigne » pour participer : « Tout simplement parce que je me sens impliquée dans le projet, qu'il y a encore beaucoup à faire **pour aider les enfants en situation de pauvreté** et que je veux être de la partie ! » (p. 12).

Son partenaire Adrien Devyver (le duo est décrit comme un duo « chic et choc ») est encore plus ambitieux : « Pour moi c'est un rassemblement de forces vives toutes unies autour d'un même défi, **faire descendre les chiffres cruels** que nous entendons à propos de la pauvreté. » (p. 13)

Bénédicte Duval, « Madame Cause », définit ainsi ce qu'elle entend apporter aux spectateurs : « Leur montrer/prouver que le don est essentiel et peut **changer la vie de ces enfants** ».

Bref, alors qu'il s'agit en réalité d'aider des associations qui aident, on franchit en permanence le pas qui laisse entendre que c'est à la pauvreté des enfants elle-même que l'émission « s'attaque ».

La « campagne de conscientisation » de cette quatrième édition, imaginée par l'agence Duval

1 J. Blairon et E. Servais, « L'immodestie et l'appauvrissement. Quelques commentaires sur le prétendu « docu-fiction » de la RTBF », *Intermag*, 2007, URL : www.intermag.be/153.

2 Cf. <http://blog.rmb.be/wp-content/uploads/2016/10/DP-Viva-for-Life-2016.pdf>. Nous renseignons les paginations entre parenthèses lorsque nous citons le texte du dossier. (Si vous avez des difficultés pour télécharger le pdf, vous pouvez aussi [le trouver ici](#).)

Guillaume, également auteure d'une campagne publicitaire « Unlock the 007 in you », produit cette ambiguïté, puisqu'il s'agit – rien de moins – « **avec Viva for Life, mobilisons-nous pour donner du sourire à leur avenir** ».

Il semble indécent d'oublier que ces enfants soumis à la pauvreté vivent d'abord dans des familles que les choix sociétaux appauvrissent et que ces familles, en dehors de mesures structurelles fortes et audacieuses, sont précisément condamnées à être sans « à-venir ».

Pierre Bourdieu avait décrit ces situations dans ces mots, en les rapportant à la condition des sous-prolétaires :

« Les conduites souvent désordonnées, voire incohérentes, et sans cesse contredites par le discours, de ces hommes sans avenir, livrés aux aléas de ce qui leur advient au jour le jour, et voués à l'alternance de l'onirisme et de la démission, de la fuite dans l'imaginaire et de la soumission fataliste aux verdicts du donné, attestent que, en deçà d'un certain seuil de chances objectives, la disposition stratégique elle-même, qui suppose la référence pratique à un à venir, parfois très éloigné, comme le contrôle des naissances, ne peut se constituer. L'ambition effective de maîtriser pratiquement l'avenir se proportionne en fait au pouvoir effectif de maîtriser cet avenir, c'est-à-dire d'abord le présent lui-même. »

Face à de tels défis, l'évanescence vague caritative ne peut rien. Elle peut même être très nuisible, si elle fait croire que les choses, désormais, ont changé.

Un peu de retenue ne gênerait pas en tout état de cause.

Que penser par exemple de ces propos de l'animateur Cyril, interrogé sur les « fêtes et les nuits mémorables » de l'opération : « C'est comme la vie des gens plus pauvres – qu'on a pu rencontrer lors de notre journée en immersion dans une famille (sic) –, ils ont beaucoup de moments de bonheur alors qu'ils sont dans de vraies difficultés. Dans la vie, tout le monde connaît ces deux côtés opposés, à des intensités différentes. Et Viva for Life, c'est la vie ! » ?

La présentation du thème musical de ce quatrième opus de la RTBF n'est pas en reste :

« « Miracle » de Julian Perretta est le thème musical de Viva for Life cette année. Avec des paroles aussi évidentes que « I save You, You save Me, it's a miracle as every beat of my heart » et une mélodie qui nous donne envie irrésistible de chanter avec lui. »

Mais finalement qui sauve qui ?

Les premières lignes du « dossier de presse » sont éloquentes :

« La 3ème édition de Viva for Life, en décembre 2015 à Charleroi, a marqué **un tournant** dans la jeune histoire de l'opération. Grâce au succès de sa récolte de dons (+ de 3 millions d'euros), doublé d'un succès public (+ de 70.000 personnes sur la Place de la Digue qui abritait le studio de verre) et d'un succès d'audience sur tous les médias (le prime TV du 23/12 fait partie du TOP 20 des meilleures audiences de La Une en 2015, hors sport), **Viva for Life est désormais une action connue et reconnue en Belgique francophone.**

Fort de cette reconnaissance, l'opération peut désormais envisager son avenir à moyen terme. C'est dans ce cadre qu'un partenariat de 5 ans est conclu avec Belfius, en vue de pérenniser le financement du coût de production de l'opération. »

Et l'ambiguïté de l'expression « double la mise » dans cette phrase est aussi révélatrice :

« Forte du succès du prime consacré à la sortie des trois animateurs du cube et à la découverte du montant final des dons (jamais révélé au cours de la semaine) le 23 décembre dernier, **La Une double la mise !** Cette année, elle nous offre également l'enfermement de Sara, Cyril et Ophélie le 17 décembre, en direct et en prime vers 20h10. »

La pauvreté n'a qu'à bien se tenir...

QUEL PAS EN AVANT ?

Dans la retransmission en direct de la conclusion de cette édition 2016, Jean-Paul Philippot a fortement affirmé qu'un « grand pas en avant » avait été réalisé.

Mais de quoi parle-t-on ?

Tous les indicateurs chiffrés montrent en effet que les chiffres relatifs à la pauvreté augmentent.

Anne-Laure Macq quant à elle, naïvement peut-être, reconnaît que l'émission a peu d'impact, même sur la conscientisation :

« **Au fur et à mesure des éditions, voyez-vous une évolution dans le regard des gens par rapport à la pauvreté ?**

Anne-Laure : Notre prise de conscience est souvent temporaire, on oublie trop vite. C'est pour cela qu'on a souvent besoin d'une piqûre de rappel. »

Mais est-il vraiment nécessaire de réaffirmer que le prurit d'action que constituent les « défis » que se donnent les animateurs et tant d'autres ne peuvent rien contre la réalité de la pauvreté, si ce n'est faire penser pour un temps que le problème est réglé...

Seules des mesures structurelles peuvent changer la donne ; l'élan caritatif et l'émotion « partagée » (ou vendue) ne changent que la représentation que les donateurs se donnent d'eux-mêmes. Soulignons au passage une « nouveauté » : la déductibilité fiscale des dons, c'est-à-dire l'appauvrissement de l'Etat dont on attendrait précisément les mesures structurelles nécessaires...

Certes, cette déductibilité ne concernera pas d'office tout le monde, par exemple les gens de petite condition qui donnent malgré tout, puisque, pour eux, la solidarité est une valeur forte et probablement plus permanente que les apitoiements d'un jour...

L'ABSENCE DE LA CRITIQUE

Le plus grand absent de cette agitation médiatique est en fin de compte le recul critique et auto-critique. On peut même se demander si les expressions divergentes sont autorisées.

Tout se joue sur l'émotion, le sentiment, parfois de façon étonnante : la « fête » et les « nuits mémorables » sont-elles en résonance avec la situation que l'on prétend changer ? Le « défi » que constitue un « gala gastronomique » ou l'organisation de « goûters gourmands » est-il bien approprié lorsque l'on affirme, comme Adrien Devyver : « Les chiffres sont alarmants. Imaginer une seule seconde que des enfants ne peuvent pas manger à leur faim me bouleverse. »

L'émotion « libérée » par la « découverte » des situations de pauvreté, même préparée par une journée d'immersion (sic), les larmes des animateurs contrastent de façon curieuse avec l'énergie qu'ils déploient pour susciter les dons, jusqu'à confondre parfois l'animation avec la pratique de la

Gym Tonique, comme Sara de Paduwa...

Le dossier de presse peut aussi s'emballer : à la page 13 de celui-ci, on lit même, à propos de Maya Cham, « Madame Effort » : « Elle sera le regard autour des 3 animateurs. Elle montrera leur quotidien et la difficulté d'animer 144h non-stop en radio, enfermés, sans beaucoup dormir et **sans manger de nourriture liquide**. » (vous avez bien lu).

On aurait tout de même pu éviter cette confusion/exagération...

DES PARTENAIRES ENGAGÉS À 100% ?

Enfin, le dossier de presse se clôture par la présentation des partenaires « engagés à 100% ».

Là, on atteint l'indécence.

Si Belfius, par exemple, présenté comme un « bancassureur qui a du cœur », souhaitait s'engager à 100% pour la cause de la pauvreté :

« Belfius se donne à 100 % pour Viva for Life

Les petits ruisseaux font les grandes rivières et chaque geste compte dans la lutte contre la pauvreté, en particulier quand elle concerne les enfants. »

est-ce bien en organisant l'ascension des 34 étages de sa tour par des « coureurs du cœur » et par tout son personnel, emmené par son CEO, que le bancassureur a une chance d'y parvenir ?

On peine à oublier que cette banque, avec d'autres, a produit par ses imprudences répétées la crise de 2008, qui a eu pour conséquence d'endetter lourdement l'Etat belge, ce qui a appauvri les associations (dont celles probablement que l'opération va « aider ») et bien plus encore la population. Et si elle voulait s'engager à 100 %, ne pourrait-elle offrir un service bancaire entièrement gratuit aux familles qui vivent sous le seuil de pauvreté³, ou encore fournir une garantie locative telle que prévue par la loi sans demander de frais de dossier rédhibitoires... ?

Quant à Ores, qui s'implique également :

« ORES et ses 2.300 collaborateurs soutiennent Viva for Life pour la 4ème année consécutive. Dans le cadre de nos activités de gestion des réseaux de distribution d'électricité ou de gaz naturel, nos équipes sont quotidiennement en contact avec des personnes en situation de précarité. Parmi nos missions de service public à caractère social figure notamment l'accompagnement de ces personnes dans la gestion de leur budget énergie. »

on aimerait apprendre que son engagement s'affirme dans un accompagnement qui n'a pas pour conséquence d'aggraver la situation des personnes au « profit » de qui il s'exerce : pas de placement abusif de compteur à budget, pas de fin de non-recevoir aux recours des personnes précarisées, une réelle disponibilité au lieu d'interminables attentes au téléphone...

On aimerait aussi apprendre que ses bénéficiaires sont utilisés pour améliorer la situation des familles les plus fragilisées plutôt que pour permettre des rémunérations élevées pour certains administrateurs des comités de secteur de l'intercommunale Publifin⁴...

3 Belfius proposait ce type de compte pour les bénéficiaires de l'aide sociale, le coût étant répercuté... sur les CPAS. En 2016, Belfius a doublé le prix de ces comptes (de 12 à 25 euros). « Les budgets des CPAS n'étant pas extensibles, les services sociaux ont dû répondre négativement à des personnes qui voulaient bénéficier de ces comptes ». Cf. Rapport annuel sur l'inclusion financière en Belgique 2016, Financité, https://www.financite.be/sites/default/files/references/files/rif_2016_def.pdf, p. 38-39.

4 « Publifin a pu pratiquer des rémunérations élevées grâce à Ores », *Le Soir* du 23 décembre 2016, p. 6 (soit le jour même de la clôture de Viva for Life...).

CONCLUSION

Les ambiguïtés de l'opération Viva for Life ne résistent pas à un examen attentif des propos que tiennent ses promoteurs eux-mêmes.

L'émission ne tient pas ses promesses envers la cause qu'elle entend défendre ; on peut même craindre qu'elle n'ait pour effet de détourner l'opinion publique de la revendication bien nécessaire de mesures structurelles qui s'attaquent réellement et en profondeur à la pauvreté d'une manière durable. En outre, en centrant l'attention sur la pauvreté plutôt que sur les politiques structurelles dont celle-ci est la conséquence, l'émission risque de concourir, selon l'expression de Bourdieu, à une « politique de dépolitisation »⁵.

Elle n'est pas non plus à l'abri de contradictions et d'emballements qui seraient dérisoires s'ils ne concernaient pas des situations de vie aussi dramatiques. On peut s'interroger en outre, nous l'avons vu, sur le fait de savoir qui elle « sauve » vraiment.

Faudra-t-il, puisqu'elle envisage de s'inscrire dans la moyenne durée, lui opposer un cube de plomb où seront mises au jour les mesures structurelles que les uns et les autres ont omis de prendre ou qu'ils ont osé imposer, en produisant effectivement plus d'inégalités, pendant qu'ils prétendent les réduire par des opérations caritatives qui vendent une émotion qui censure in fine la réalité qu'elles prétendent révéler ?



Pour citer cette analyse

Jean Blairon et Christine Mahy, « Bye bye pauvreté ? Analyse critique de la 4^{ème} édition de « Viva for life » », *Intermag.be*, analyses et études en éducation permanente, RTA asbl, janvier 2017, URL : www.intermag.be/583.

5 André Linard, ancien Secrétaire général du Conseil de Déontologie journalistique, est allé également dans ce sens, cf. sa carte blanche <http://plus.lesoir.be/76253/article/2017-01-05/la-solidarite-cest-aussi-une-affaire-detat>.