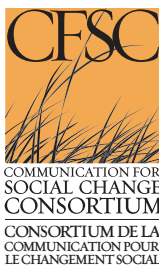




Consortium de la Communication  
pour le Changement Social

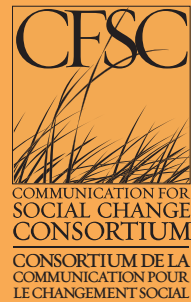
Écouter...Apprendre... Des voix locales provoquent  
le changement



**Le Consortium CFSC** est un réseau de praticiens, de chercheurs et d'universitaires qui s'engagent à renforcer les capacités locales des communautés marginalisées pour que les personnes qui vivent dans ces communautés puissent posséder, créer et gérer elles-mêmes les processus de communication, et ce dans le but de soutenir les valeurs démocratiques et d'améliorer leurs propres conditions de vie. Nous encourageons les innovations en communication à travers le financement de la recherche, de l'analyse et de l'accumulation de preuves concrètes ainsi qu'à travers l'augmentation du niveau de savoir local. Ce travail est basé sur un ensemble de principes fondamentaux tels une voix pour tous et la participation de chacun, un accès équitable aux contenus, moyens et canaux de communication, ainsi que la promotion de la justice et de la tolérance. Le Consortium se veut être un lieu central où sont rassemblés le savoir, l'apprentissage, la recherche et les histoires de cas d'une communication utilisée dans le but d'améliorer la vie des personnes des communautés les plus pauvres du monde entier.

#### **QU'EST-CE QUE LA COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT SOCIAL ?**

La Communication pour le Changement Social est un processus basé sur un débat public et privé à travers lequel les personnes définissent qui elles sont, ce qu'elles veulent, ce dont elles ont besoin et comment elles peuvent agir collectivement pour satisfaire à ces besoins et améliorer leur vie. Elle appuie les processus de prise de décision au niveau communautaire et l'action collective pour rendre les communautés plus efficaces ; elle participe aussi à la mise en place d'un environnement communicationnel qui permette une meilleure prise de contrôle par les communautés.

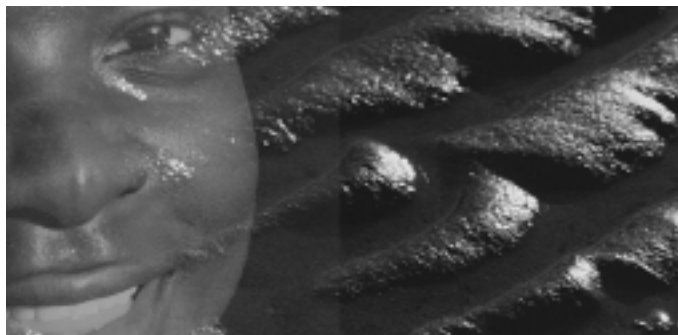


Dans tous les pays riches, nous savons que le pouvoir de l'information et de la publicité pour vendre des produits, changer des attitudes et des opinions ou pour augmenter la prise de conscience est sans précédent. Dans les pays en voie de développement ou autres communautés marginalisées, les méthodes de communication verticale peuvent être considérées comme des instruments que des gens extérieurs à ces communautés utilisent pour « changer les choses » à l'intérieur de la communauté concernée. Cependant, un changement social ne pourra pas se faire de manière durable si le désir de changement, le modèle préconisé pour l'amener et les outils nécessaires à ce changement ne sont pas endogènes à ces communautés.

La CFSC est une manière de penser et de travailler. Elle s'appuie certes principalement sur les qualités fondamentales des communicateurs, à savoir le dialogue, l'écriture, la capacité d'accéder aux médias (comprendre leur fonctionnement et savoir les utiliser), la capacité de comprendre les autres ainsi que celle de nouer des contacts. Elle accentue cependant tout particulièrement le renforcement des capacités locales à réaliser le travail de communication au lieu d'importer des experts pour l'exécution d'activités quotidiennes de communication.

Avec la CFSC, nous nous concentrons principalement sur la manière d'ancrer des processus et des outils de communication dynamiques et durables dans les communautés partenaires. L'essentiel, c'est que la capacité des communautés à utiliser la communication pour améliorer leurs conditions de vie perdure une fois les fonds d'aide ou toute autre influence extérieure terminés.

# NOTRE MISSION



Le Consortium CFSC est convaincu que les processus novateurs de communication sont décisifs dans le développement des communautés historiquement pauvres et marginalisées.

Le Consortium s'emploie à augmenter la capacité des spécialistes en communication, des agents de développement, des agences de coopération, des organisations à but non-lucratif et des communautés à utiliser les concepts de la communication pour le changement social pour améliorer les conditions de vie de ceux et celles qui ont longtemps été exclus.

Sur la base des importantes expériences réalisées dans le domaine de l'investigation participative, le Consortium redéfinit la manière dont est pratiquée la communication dans les organismes du développement et dont elle est enseignée aux professionnels qui travaillent dans les communautés exclues.

# NOTRE VISION

## **ENSEMBLE CHANGEONS LES OPINIONS, CHANGEONS LA PRATIQUE, CHANGEONS DES VIES.**

Nous augmenterons les capacités des gens pauvres et marginalisés à utiliser et à contrôler la communication dans le but d'apporter un changement social durable qui rendra leurs conditions de vie plus faciles.

D'ici l'année 2015, les principes de la communication pour le changement social seront largement incorporés dans la plupart des grandes initiatives de développement et appliqués par un réseau divers de praticiens.

Les approches de la CFSC seront largement comprises et appliquées par les organismes publics, privés et à but non lucratif ainsi que par les personnes vivant en Afrique, en Asie, en Amérique Latine, en Europe et en Amérique du Nord.

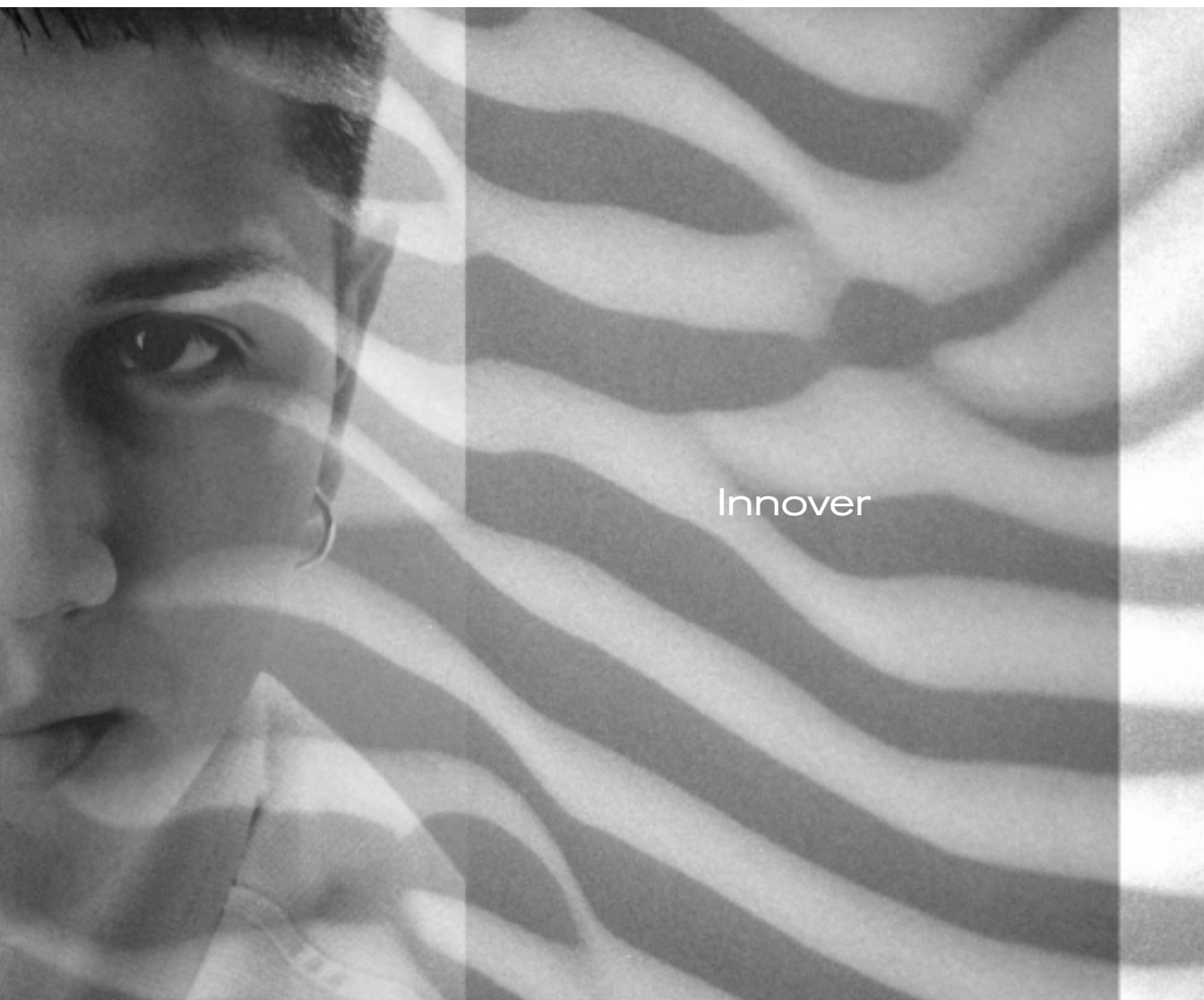
Les principes de justice, d'équité, de tolérance et d'appropriation par les communautés concernées seront devenus des éléments essentiels dans la pratique de la communication pour le développement.



# STRATÉGIE DU CONSORTIUM CFSC

Nous avons créé le Consortium pour une raison très simple : Dans le domaine de la communication pour le développement, il ne suffit plus de continuer à travailler comme si rien n'avait changé.

Partout dans le monde, des personnes de toutes origines ont compris à quel point il est important d'entendre leurs propres histoires dites par leur propre voix et de prendre elles-mêmes les décisions sur tout ce qui touche leur existence. Ces personnes sont aidées par des technologies de communication qui ont rapidement évolué contribuant ainsi à une acceptation plus grande d'une communication faite par beaucoup et destinée à un public nombreux. Face au défi que constitue l'élargissement à l'échelle mondiale des sources d'information, la libéralisation et la privatisation des moyens de communication, les communautés marginalisées du monde entier s'interrogent : « **Quand serons-nous à même de contrôler, posséder et gérer les processus et instruments de communication essentiels pour le développement social de notre communauté ?** »



Innover

Même lorsque les personnes exclues ont accès aux technologies et canaux de communication pour faire entendre leurs histoires, il est toujours possible que l'importance de ces histoires, débats et décisions («eux rapportés, à la première personne») soit minimisée par les voix plus puissantes des gardiens du temple de la communication traditionnelle.

Nous avons constitué le Consortium pour que des individus, des institutions, des universitaires et des bailleurs de fonds puissent élaborer ensemble des stratégies qui donneront plus de pouvoir à ces premières voix. Uni par la conviction que les processus de communication, et pas seulement les technologies ou les avancées scientifiques sont essentiels pour le développement des communautés traditionnellement marginalisées, le Consortium préconise la résolution des problèmes communautaires par la base, résolution initiée par un débat public et privé lequel conduit à une action collective. Suit alors l'élaboration d'une stratégie, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation par la communauté sur la base d'une contribution collective des personnes concernées.

Ces convictions sont le fruit à la fois d'expériences et d'entretiens intenses avec des organisations et des experts de toute l'Afrique, l'Asie et l'Amérique Latine ainsi que du monde occidental. Ces entretiens ont montré non seulement que la communication a un potentiel d'amélioration du niveau de vie des gens plus élevé que jamais, mais qu'aussi les stratégies, les méthodologies et les modèles de communication tels qu'ils sont appliqués traditionnellement doivent changer radicalement pour s'adapter à un environnement communicationnel et social de plus en plus complexe. Les stratégies et concepts qui sont à la base de la pratique de la communication pour le changement social découlent certes de notre souci d'équité économique et sociale mais aussi d'une analyse pertinente des succès et échecs rencontrés dans les efforts d'amélioration de la vie des gens dans ce contexte du 21<sup>ème</sup> siècle.

Le Consortium utilise une stratégie tous azimuts :

- 1 Chercher et apporter des preuves destinées à démontrer comment les processus participatifs et les approches communautaires de la communication peuvent améliorer les efforts de développement, que ceux-ci soient de petite ou de grande envergure.
- 2 Renforcer les capacités et possibilités locales dans les communautés pauvres à gérer leur propre communication, à appliquer les méthodes de la CFSC et à reproduire ces applications même lorsqu'elles sont confrontées à de nouvelles situations.
- 3 Exercer de l'influence dans le domaine de la communication en stimulant l'innovation et le débat, lesquels conduiront à une plus grande utilisation de la communication pour le changement social.
- 4 Augmenter la capacité des universités et des centres de formation à proposer des programmes spécialisés pour répondre à la demande des agences de développement en communicateurs pour le changement social qualifiés.
- 5 Appuyer les communautés dans leur volonté d'accéder, de s'approprier et de contrôler les processus et contenus de la communication à l'intérieur de leurs propres cultures et sociétés.
- 6 Modifier les politiques qui créent des obstacles à cet accès et à cette appropriation pour ceux qui vivent dans les communautés marginalisées.

# MODE DE FONCTIONNEMENT DU CONSORTIUM

Le Consortium de la Communication pour le Changement Social (le Consortium) est une organisation à but non-lucratif qui fonctionne sur la base de quatre principes :

**1 Renforcement du savoir.** Développement d'approches basées sur la formation et des programmes d'enseignement pour diffuser plus largement le cadre conceptuel, les méthodes et les principes de la CFSC dans les initiatives de développement tout en renforçant les capacités locales des communautés pauvres et marginalisées à utiliser la communication de manière durable.

**2 Suivi des innovations.** Faire la recherche, l'analyse, le répertoire des exemples ; assurer le suivi et l'évaluation du potentiel, de l'efficacité et des conditions nécessaires au changement dans les communautés partenaires où les méthodes et principes de la CFSC ont été introduits.

**3 Recherche en communication.** Appuyer l'innovation, la recherche et l'enseignement en communication selon les principes de la CFSC. S'attacher à développer des idées novatrices, à découvrir des penseurs nouveaux, des indicateurs d'évaluation innovants provenant des communautés concernées pour mesurer les pratiques et le processus.

**4 Application des principes.** Soutien et utilisation des méthodes de la CFSC pour aider à résoudre les problèmes que rencontrent les communautés marginalisées. Application des méthodes de la CFSC dans les situations concrètes impliquant des problèmes globaux tels le VIH-SIDA, l'inégalité des sexes, l'inadaptation de l'éducation, la vaccination des enfants, la tuberculose, l'environnement, la sécurité alimentaire et l'éradication de la pauvreté.

La diversité et la somme d'expériences en communication dont disposent les membres de l'équipe du Consortium font que nous bénéficions de capacités uniques nous permettant d'analyser des cas d'école, d'appliquer des méthodes de la CFSC dans des situations délicates, de développer et tester de nouvelles approches, d'initier des innovations et de maintenir un réseau de praticiens expérimentés et engagés.

## CE QUE NOUS FAISONS

Le Consortium agit en catalyseur de tout changement dans la pratique, les valeurs et les attitudes qui mettraient en exergue le caractère essentiel de la communication pour le changement social dans le développement communautaire.

Nous travaillons...

- ➔ Avec les agences de financement et les bailleurs de fonds désireux de rendre les approches de communication plus rentables et plus durables.
- ➔ Avec les praticiens individuels qui veulent découvrir de nouvelles manières d'améliorer leurs interventions.
- ➔ Avec les communautés où les activités de développement n'ont pas été durables.



## Augmenter le niveau de savoir local

- ➔ Avec les enseignants qui préparent la prochaine génération de professionnels et de stratèges de la communication pour le développement et pour le changement social.
- ➔ Avec les dirigeants des institutions travaillant avec les gens pauvres et marginalisés.

Le Consortium a débuté en tant que projet spécifique de la Fondation Rockefeller en 1997. L'intérêt croissant dont a bénéficié ce projet chez les professionnels de la communication et les experts en développement a conduit à la formation du Consortium l'été 2003 pour permettre la continuation de ce travail pionnier dans le cadre d'une organisation indépendante. Le Consortium bénéficie d'appuis importants de nombreuses organisations dont les plus importantes sont la Fondation Rockefeller, la Communication Initiative et l'Institut Panos à Londres.

# NOS ACTIVITÉS CENTRALES

## LE CONSORTIUM DÉVELOPPERA, METTRA EN ŒUVRE ET ENCOURAGERA :

- **Des programmes d'études de 3<sup>ème</sup> cycle** dans les universités du Nord et du Sud. Des universitaires reconnus faisant partie du réseau de la CFSC ont élaboré le canevas d'un programme de 3<sup>ème</sup> cycle (« mastère ») que le Consortium est actuellement en train de tester dans différentes universités des pays industrialisés et en voie de développement.
  - **Des formations de courte durée pour praticiens** disponibles dans les centres d'excellence régionaux. Des consultants et des universitaires qui travaillent avec le Consortium sont disponibles pour la formation de praticiens de la communication sur 3 semaines.
  - **Des sessions de sensibilisation des décideurs et personnes influentes** pour les professionnels clés y compris ceux travaillant dans les écoles de santé publique, dans le social et dans les agences de développement. Cette formation d'une journée est destinée aux dirigeants qui ne sont pas des professionnels de la communication mais qui ont besoin d'avoir une compréhension accrue des ressources en communication pour pouvoir prendre des décisions plus pertinentes.
- 
- **Une formation intégrée multidisciplinaire** mettant en valeur et à jour les propres connaissances en communication des populations aux niveaux local et régional.
  - **Des audits de communautés selon les principes de la CFSC et un index de l'environnement communicationnel** mis en place dans les régions d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine destinés à capturer et à suivre l'impact du développement participatif et à dégager les éléments essentiels de communication nécessaires au changement social.
  - **Des boursiers CFSC.** Grâce à de modestes bourses du Consortium, les boursiers CFSC d'universités du Sud disposent de temps et d'espace pour explorer des innovations en communication qui accélèrent le développement.
  - **Le réseau des praticiens de la CFSC.** Le Consortium – en étroite collaboration avec la Communication Initiative – deviendra le dépositaire central et la principale source d'information pour les praticiens des méthodes de la CFSC et les aidera à mettre à jour leurs compétences et leur expérience.
- 
- **Globalité des ressources en expertise.** Le Consortium s'est affilié avec quelques-uns des meilleurs praticiens de la CFSC dans le monde entier et les aide à appliquer leurs compétences et à tester de nouvelles méthodes « sur le terrain » dans les communautés pauvres et marginalisées. Nous nous attacherons principalement à fournir des services aux communautés pauvres ou aux agences qui aident ces communautés.
  - **Une compilation des cas d'école.** En partenariat avec la Communication Initiative, le Consortium continuera à rechercher les meilleures expériences, à les analyser, à développer des études de cas et à les diffuser très largement.
  - **Production de ressources.** Développement et diffusion dans les communautés pauvres de ressources en CFSC telles une anthologie de la théorie de la CFSC, un recueil de connaissances, des cas d'école et du matériel de formation.
  - **Un droit de contrôle.** Promotion des droits des personnes exclues pour qu'elles puissent accéder aux canaux de communication et contrôler ces mêmes canaux traditionnellement entre les mains des plus puissants.



→ **Renforcement des capacités locales.** Renforcement des institutions en communication à l'intérieur des communautés les plus pauvres, non seulement en donnant aux personnes la capacité d'accéder aux médias courants mais aussi en les aidant à rendre les médias alternatifs et communautaires plus efficaces.

Ces activités devraient conduire à...

- Une action de développement plus efficace à travers laquelle les valeurs souhaitées, les opinions et les produits qui en découlent sont approuvés par les communautés concernées, car celles-ci font partie intégrante du succès et ne sont pas de simples « cibles » à atteindre.
- Une réflexion critique plus répandue parmi les professionnels de la communication qui conduira à un meilleur enseignement en communication.
- Élargissement de l'offre en cours de communication pour le développement et de communication pour le changement social.
- Augmentation de l'utilisation de la communication pour le changement social par les organismes à but non-lucratif, multilatéraux et bilatéraux.
- Utilisation plus pertinente des aides financières et des budgets pour la communication.



Renforcer les capacités locales

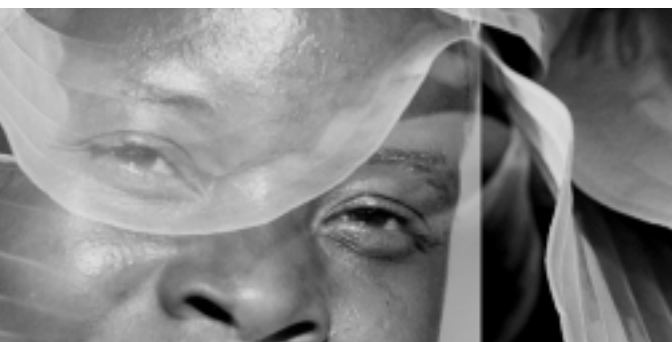
# LES ORIGINES DU CONSORTIUM

La communication constitue un outil essentiel de développement depuis le début du 20<sup>ème</sup> siècle. La Fondation Rockefeller, un des premiers promoteurs de projets en communication, a permis le succès dans le monde universitaire de travaux de pionniers tels Wilbur Schramm de la University of Illinois et Paul Lazarsfeld de la Columbia University.

En 1997, Denise Gray-Felder, alors directrice de la communication à la Fondation Rockefeller et plus tard vice-présidente, commença à chercher des réponses à des questions qui l'intriguaient : Pourquoi le travail en communication de tant de boursiers de fondations est-il dispersé, peu durable et traité presque uniquement sous l'angle du message ?

À la suite d'une série de discussions avec différents groupes de communicateurs sur une période de trois ans, l'équipe de communication de la Fondation a introduit le concept de communication pour le changement social dans le milieu des fondations et des bailleurs de fonds.

Elle a ensuite mis sur pied un réseau de plus de 200 praticiens engagés de la CFSC. Avec l'aide du personnel de la Fondation, ce réseau a réussi à influencer le programme de communication de grandes agences de développement et à appliquer les méthodes de la CFSC dans le monde entier. Sous la direction financière de la Fondation Rockefeller, de grandes Ong nord-américaines, européennes, latino-américaines et africaines appliquent actuellement avec succès les processus de la CFSC pour rendre leur travail plus efficace. Entre autres institutions ayant opéré une réorientation de leurs principaux domaines d'intervention vers les principes de la CFSC, nous pouvons citer l'Institut Panos, l'Agence américaine de développement USAID, le PAHO, la Communication Initiative (Amérique Latine et monde entier), Soul City (Afrique du Sud), The Exchange, Afri-Afya (Nairobi), URDT (Radio Communautaire de l'Ouganda), la FAO, le CADEC, le ZAPSO et l'Umzingwane AIDS Network au Zimbabwe.



Les faits le montrent :

Dans les communautés marginalisées, il existe un immense potentiel non-exploité permettant l'utilisation de la communication pour le bien de la communauté. Lorsque les personnes les plus touchées par les inégalités sociales ont la possibilité d'accéder et savent gérer et contrôler les processus, outils et contenus de la communication, alors les efforts de développement ont plus de chance d'être durables et efficaces. En d'autres mots, pour les bailleurs de fonds, cela vaut la peine d'investir dans la communication s'ils investissent en même temps dans le renforcement des capacités à communiquer des communautés et des personnes qu'ils veulent atteindre.

## LE PERSONNEL

Le personnel du Consortium CFSC est constitué d'une petite équipe très dense qui comprend un leader global (la présidente directrice générale), un directeur administratif, un directeur général et l'équipe d'appui. La pratique sur le terrain repose sur plus de 25 consultants en poste en Afrique, en Asie, en Amérique Latine, dans les Caraïbes, en Europe et en Amérique du Nord. Denise Gray-Felder est la Présidente directrice générale, et Alfonso Gumucio-Dagron est le directeur général.

## DU GLOBAL VERS LE LOCAL

Partout où il y a des personnes pauvres et marginalisées, le Consortium de la CFSC veut intervenir. Nous travaillons sur le plan global à travers notre bureau principal aux Etats-Unis. Des bureaux supplémentaires annexes ouvriront en Amérique Latine, en Afrique subsaharienne et en Asie en 2004.

## BUREAU EXÉCUTIF

### **Maria Celeste Cadiz**

Doyenne, College of Development Communication,  
University of Philippines, Los Baños

### **James Deane**

Directeur exécutif, Institut Panos, Londres, Grande-Bretagne

### **Warren Feek**

Directeur exécutif, The Communication Initiative,  
Victoria, British Columbia, Canada

### **Sushmita Ghosh**

Président, Ashoka : Innovators for Social Trust, Washington, D.C.  
et Calcutta, Inde

### **Denise Gray-Felder**

Présidente et Présidente directrice générale

### **L. Muthoni Wanyeki**

Directeur exécutif, FemNet, Nairobi, Kenya



COMMUNICATION FOR  
SOCIAL CHANGE  
CONSORTIUM

CONSORTIUM DE LA  
COMMUNICATION POUR  
LE CHANGEMENT SOCIAL

14 South Orange Avenue  
Suite 2F  
South Orange  
NJ 07079 U.S.A.  
Phone: +1-973-763-1115  
Fax: +1-973-762-8267

[www.communicationforsocialchange.org](http://www.communicationforsocialchange.org)