COMMUNIQUER LE GENRE POUR LE DÉVELOPPEMENT RURAL

Intégrer le genre dans la communication pour le développement

© ONG-VIE

COMMUNIQUER LE GENRE POUR LE DÉVELOPPEMENT RURAL

Intégrer le genre dans la communication pour le développement

Projet Dimitra

Sommaire

Avant-propos [5]

Remerciements [7]

Introduction [9]

Partie 1 – Une approche dynamique pour le monde rural

1 **Les dimensions du genre**

1.1. Le genre est un concept sociologique [16]

1.2. Le genre est une approche de développement [19]

1.3. Le genre est une stratégie opérationnelle [20]

1.4. Le genre est une méthode d'analyse [21]

2 **Les dimensions de la communication pour le développement**

2.1. Information et communication, deux notions distinctes [24]

2.2. Caractéristiques de la communication pour le développement [25]

3 **Genre et communication pour le développement, une synergie nécessaire**

3.1 Les femmes, les hommes et la communication en milieu rural [28]

3.2. Une puissante interaction : le genre et la communication pour le développement [30]

3.3. Des mots et des images pour communiquer le genre [34]

3.4. Rôles et responsabilités [37]

Partie 2 – Du discours à l'action

1 **Cycle de l'information, participation et genre** [44]

2 **Intégrer le genre dans la communication pour le développement dans la pratique** [48]

Etape 1 Analyse du contexte et du sujet [52]

Etape 2 Formulation de l'objectif [59]

Etape 3 Identification des publics cibles [61]

Etape 4 Choix des moyens de communication [63]

Etape 5 Conception du message [67]

Etape 6 Planification et budgétisation prévisionnelles [68]

Etape 7 Elaboration du système de suivi et d'évaluation [69]

En guise de conclusion [71]

Avant-propos

L'information et la communication, la sécurité alimentaire et la nutrition, et enfin l'égalité entre les hommes et les femmes : trois dimensions du développement rural qui sont intimement liées. L'importance de ces liens a été soulignée à de multiples reprises par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), notamment depuis la publication sur la Stratégie d'action sur le rôle de l'information dans l'égalité des chances et la sécurité alimentaire.

Aujourd'hui encore, le Rapport sur la situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture (SOFA 2010-2011)* attire l'attention sur la contribution fondamentale des femmes au secteur agricole dans de nombreux pays en développement. Il insiste sur la nécessité de permettre aux femmes rurales d'avoir accès aux mêmes ressources et opportunités que les hommes pour produire mieux et davantage. Mieux produire signifie aussi avoir accès à l'information, au dialogue, à la prise de décision, à l'action.

C'est ici que l'intégration du genre dans la communication pour le développement peut jouer un rôle novateur et décisif, en facilitant un processus par lequel les populations rurales, en particulier les plus démunies, ont l'occasion de s'approprier leur propre développement. Le projet Dimitra de la FAO travaille dans ce domaine depuis plusieurs années et contribue à accroître la visibilité des populations rurales, surtout les femmes, et à briser leur isolement.

La démarche préconisée dans cette publication est étroitement liée au mandat de la FAO, à savoir l'amélioration de la nutrition, de la productivité agricole et des conditions de vie des populations rurales, ainsi qu'à son objectif stratégique concernant l'égalité hommes-femmes. Elle s'intègre également dans les objectifs de développement pour le Millénaire, en particulier les objectifs 1 et 3. Dans ce contexte, la communication conduite dans une perspective de genre est essentielle pour relever les défis de la lutte contre la pauvreté et pour renforcer le pouvoir économique des femmes.

Je vous invite donc à lire et à exploiter cette nouvelle publication de Dimitra qui propose une dynamique innovante pour introduire le genre dans les activités de développement.

Marcela Villarreal

Directrice,
Division de la parité hommes-femmes, de l'équité et de l'emploi rural (ESWD)
Département du développement économique et social
FAO

* FAO, 2011. Rapport sur la situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture (SOFA 2010-2011). Le rôle des femmes dans l'agriculture. Combler le fossé entre les hommes et les femmes pour soutenir le développement.

Remerciements

C'est avec grand plaisir que je vous présente « Communiquer le genre pour le développement rural ». Cette publication rassemble des valeurs et concepts essentiels du projet Dimitra de la FAO : l'écoute, le partage des savoirs et des bonnes pratiques et l'échange d'expériences.

Depuis sa création, le réseau Dimitra est un espace de dialogue entre les personnes et les groupes qui vise à améliorer l'accès à l'information et à la communication des populations rurales, les femmes en particulier, pour leur permettre d'être plus visibles en tant que productrices agricoles et d'améliorer leurs conditions de vie et leur statut en tant que personnes.

« Communiquer le genre pour le développement rural » est l'aboutissement d'un processus débuté en 2009 qui a conduit Dimitra à organiser une série d'ateliers participatifs à Mbour au Sénégal, à Lubumbashi en République démocratique du Congo et à Niamey au Niger. Mais c'est également, nous l'espérons, le début d'une interaction fructueuse sur les manières d'intégrer le genre dans la communication pour le développement afin que les intérêts des hommes et des femmes soient davantage pris en compte dans les projets et les programmes qui les concernent.

Le chemin qui a mené à la réalisation de cette publication a été profondément enrichissant grâce aux nombreuses personnes et structures impliquées. Je souhaite, au nom de la FAO et de l'équipe Dimitra, remercier tous les participants des ateliers de Niamey, Mbour et Lubumbashi qui ont fourni la substance de cette publication grâce à leur participation stimulante et constructive. Ils représentaient les Ministères impliqués (Agriculture, Elevage, Développement rural, Genre, etc.), les organisations paysannes, les ONG et les radios communautaires.

Un grand merci aussi aux ONG partenaires de Dimitra qui ont aidé à l'organisation des ateliers : Enda-Pronat (Sénégal), REFED-Katanga (RDC) et ONG VIE Kande Ni Bayra (Niger). Leur présence sur le terrain, la qualité de leur travail et leur engagement ont constitué l'un des éléments clés du succès du projet.

Je voudrais également dire toute notre gratitude aux Représentations de la FAO au Sénégal, en RDC et au Niger pour leur aide précieuse et leur soutien constant, ainsi qu'aux collègues de la FAO qui nous ont fait bénéficier de leur expertise, notamment les membres du Programme Gestion des connaissances et genre au Niger et ceux du Projet d'appui à l'horticulture urbaine et péri-urbaine en RDC.

Mes remerciements chaleureux vont aux collègues de l'équipe Dimitra : Maartje Houbrechts, Christiane Monsieur, Yannick De Mol et Agnès Le Magadoux, les deux derniers ayant par ailleurs animé les trois ateliers de formation. Je tiens à souligner le rôle essentiel d'Agnès dans la préparation de cette publication. Son travail et son engagement ont alimenté un échange constant de réflexions et de discussions qui nous ont permis de dépasser largement l'idée que nous avions du document au départ.

Notre souhait est que cette publication vous soit utile pour intégrer le genre dans l'information et la communication. Comme toujours, nous recevrons vos remarques avec grand intérêt.

Eliane Najros

Coordinatrice du Projet Dimitra
Division de la parité hommes-femmes, de l'équité et de l'emploi rural (ESWD)
FAO

Introduction

Dans les projets de développement rural et agricole, les approches « communication pour le développement » et « genre » sont indispensables pour atteindre de façon durable les objectifs de sécurité alimentaire, de lutte contre la pauvreté et d'égalité entre les hommes et les femmes.

Ces deux approches se rejoignent dans des valeurs communes : la participation active et égale de tous et toutes et le renforcement des pouvoirs (autonomisation) des populations, notamment des plus démunies. Elles ne se contredisent pas et pourtant, rares sont les actions de communication qui prennent en compte la problématique de genre. Sans doute, parce que cette dernière est mal comprise, qualifiée de complexe et perçue comme étant « une histoire de femmes ». De plus, on oublie que les conditions de vie et la situation socioéconomique des hommes et des femmes influencent au plus haut point leurs capacités à recevoir et à transmettre l'information. Enfin, les modalités de communication couramment utilisées se disent neutres au regard du genre. Dès lors que le genre est perçu comme une « histoire de femmes » et que la communication revêt un « habit unisexe », il ne faut pas s'étonner si les actions de communication pour le développement atteignent et impliquent davantage les hommes que les femmes, particulièrement en milieu rural.

L'expérience du projet FAO-Dimitra a mis en évidence, non seulement l'absence de prise en compte du genre dans les actions de communication, mais aussi la faible capacité en communication des organisations engagées sur la thématique genre. En outre, ces organisations et les médias ruraux, ainsi que les programmes et projets de communication pour le développement, cheminent souvent en parallèle, méconnaissant leurs potentialités respectives et atouts complémentaires : les premières, pour mieux informer sur les questions d'égalité hommes-femmes ; les seconds, pour communiquer de façon moins partiale, sexiste et discriminatoire.

Ces différents constats ont été confortés par la demande des partenaires et structures collaboratrices de Dimitra de réaliser des actions de communication plus fructueuses. C'est ainsi que le projet s'est investi dans une réflexion sur la synergie entre genre, communication pour le développement et milieu rural, notamment par le biais de plusieurs ateliers de formation organisés sur le sujet. Le cheminement de la réflexion, qui a débouché sur cette publication, a permis une approche critique des activités, l'approfondissement des idées et la clarification des articulations entre l'approche genre et celle de la communication pour le développement.

La publication *« Communiquer le genre pour le développement rural »* trouve aussi sa justification dans l'absence, à notre connaissance et dans le monde francophone, de travaux sur le sujet. A ce jour, « genre et communication » est examiné principalement par rapport aux médias de masse, à la publicité, à la langue, à la littérature et aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. Par contre, et bien que des ancrages communs existent, la communication pour le développement reste un terrain peu exploré.

Tel que conçu, ce document vise à encourager l'introduction d'une perspective genre dans les actions de communication pour le développement en milieu rural et suggère une ouverture pratique pour ce faire. Il est composé de deux parties, la première axée sur les principaux concepts et lignes directrices relatifs au genre, d'une part, et à la communication pour le développement, de l'autre, ainsi qu'à la synergie entre

genre et communication pour le développement. Quant à la deuxième partie du document, elle est consacrée aux différentes étapes d'une action de communication, « revisitées » sous l'angle du genre.

Avec *« Communiquer le genre pour le développement rural »*, il s'agit de susciter des réflexes et des questions afin qu'en milieu rural, la communication pour le développement inclue davantage les hommes et les femmes, tout en respectant leurs spécificités, leurs besoins et leurs capacités, et ce, à des fins d'égalité.

La publication sera utile pour tous les agents et agentes de développement. En effet, qui est engagé dans le changement est d'évidence engagé dans une dynamique de communication. Elle s'adresse aussi aux communicatrices et aux communicateurs ruraux, aux agents et agentes de radios communautaires, ainsi qu'aux personnes des institutions de développement ayant une responsabilité ou non dans le domaine de l'information et de la communication. Elle est aussi d'intérêt pour toute personne soucieuse d'éliminer les inégalités persistantes entre les hommes et les femmes dans les processus de développement.

On trouvera dans les deux tableaux suivants un récapitulatif de ce qui a motivé la production de cette publication ainsi que les principes qui la guident.

« Communiquer le genre pour le développement rural »

Comment est née cette expression ? Sur quels postulats repose-t-elle ? A quoi s'applique-t-elle ?

L'expression est le fruit de la réflexion suivante :

1. Il est reconnu que : (a) le succès des efforts de développement dépend, en partie, de la qualité de la communication instaurée avec les populations concernées et de la prise en compte des questions de genre, et (b) la communication pour le développement et la problématique de genre sont, l'une et l'autre, transversales dans les actions de développement.
2. Pourtant, le plus souvent, les processus (modalités, contenu, format) de communication en milieu rural sont peu participatifs et s'adressent à tout le monde de façon générale : ils ne prennent pas en compte le fait que la population est responsable de son propre développement et qu'elle est hétérogène, riche de diversités, de besoins et d'attentes.
3. Enfin, les questions de genre sont encore trop fréquemment traitées hors de leur contexte, restant au stade de leur justification sans passer à leur résolution concrète.

Sur base de ce constat a émergé la nécessité de traiter conjointement la thématique de la communication pour le développement et celle du genre, afin que leur mise en synergie puisse concourir à minimiser les contraintes existant en milieu rural et à en maximiser les potentialités. Exigence renforcée par le fait que ces deux thématiques, quand bien même acceptées au niveau de leurs principes, sont souvent mal comprises.

La publication se réfère aux principes, théories et approches des deux thématiques et repose sur les postulats suivants :

1. L'égalité entre hommes et femmes est partie intégrante du développement : elle n'est « ni à part ni en plus » ;
2. La pleine participation des hommes et des femmes aux actions de communication pour le développement est la condition majeure à une appropriation du changement par ceux-ci ;
3. Les hommes et les femmes s'informent, informent et communiquent de façon différente en fonction de la spécificité de leurs rôles et responsabilités et de la particularité de leurs besoins.

***Communiquer le genre pour le développement rural* s'applique donc à la communication pour le développement qui, pour contribuer à un changement économique et social durable et égalitaire, se doit d'inclure une perspective de genre dans ses modalités, contenus et formats.**

« Communiquer le genre pour le développement rural » est un engagement

Au-delà de l'efficacité, il trouve sa raison d'être dans les principes directeurs de justice, d'égalité et de solidarité suivants :

- Défense, respect et application des droits : droit à l'égalité, droit à l'alimentation, droit à l'information, etc.
- Liberté d'expression, écoute et diffusion tant de la parole des hommes que des femmes à tous les niveaux
- Arrêt des discriminations et des violences à l'encontre de certains groupes, dont les femmes et les filles

Ces principes se déclinent en :

Stratégie politique	Démarche opérationnelle	Comportement personnel et collectif
■ Elaboration, dans une perspective de genre, de politiques, stratégies, programmes et projets en milieu rural visant la sécurité alimentaire et l'élimination de la pauvreté ; ■ Accès de tous et de toutes aux ressources nécessaires pour la réalisation de leurs projets individuels et collectifs ; ■ Représentation égalitaire des hommes et des femmes dans les instances de décision, dont celles du milieu rural et de la profession agricole.	■ Recours aux méthodes participatives pour valoriser les connaissances des hommes et des femmes, et leur permettre de générer et diffuser leur propre information ; ■ Utilisation de techniques et outils accessibles, compréhensibles et adaptés à chaque groupe de population ; ■ Instauration d'échanges pour multiplier les savoirs, basés sur le respect des droits et la reconnaissance des diversités et des intérêts différenciés.	■ Conviction que la communication est un élément important pour la prise de décision et les négociations, favorisant alors l'instauration de rapports de pouvoir plus égalitaires ; ■ Pensée constante de la responsabilité sociale des acteurs et actrices de la communication à l'égard du public dans toute sa pluralité ; ■ Souci permanent de l'influence de l'information et de la communication sur les opinions et valeurs, et donc sur la société, en vue de la suppression des inégalités.