

Conseil du FSA
Rapport de la Commission Communication et Mobilisation
Perugia, 8 septembre 2005

I. Les participants

Cf. liste disponible au Secrétariat

II. Ordre du Jour

1. Communication et/ou mobilisation : une ou deux commissions
2. Nomination d'un représentant de la commission au Steering Committee du Conseil FSA
3. Un Plan d'Action

III. Discussion

1. Communication et Mobilisation ?

La réunion plénière du 7.9.05 avait donné mandat à la commission « Communication et mobilisation » de proposer au Conseil la forme d'organisation nécessaire pour mener la double tâche de communication et de mobilisation.

A la réunion du Caire (juillet 2004), deux commissions différentes avaient été créées sur la communication et sur la mobilisation de l'Information.

Cependant, les deux commissions avaient été fusionnées, en cours de route (la route entre le Caire et Perugia). Les travaux de la réunion du 7.9.05 de la commission C&M ont été très centrés sur la communication, beaucoup plus que sur la mobilisation.

Question du 8.9. : Maintenir une commission unique ou revenir à l'organisation décidée au Caire.

Les membres de la commission sont convenus que : les besoins en communication, autant que ceux liés à la mobilisation, sont immenses ; les tâches liées à chacune des deux composantes variées, et les compétences requises différentes.

En effet :

a) des besoins considérables

La **mobilisation** constitue un point encore très faible du FSA

- La participation au mouvement du FSA doit en effet d'une part être **amplifiée** (Représentation africaine croissante mais encore médiocre dans le FSM)
- Elle doit d'autre part d'être **diversifiée**. Le FSA mobilise depuis ses débuts et encore aujourd'hui essentiellement des ONG, ou une certaine catégorie d'OSC (organisations de la société civile). Le FSA doit s'ouvrir à d'autres composantes sociales d'une part, et d'autre part, s'équilibrer en termes de genre, d'âge et de types d'organisations dites de la « société civile ». Il doit être plus représentatif.
- La mobilisation doit ainsi être mieux **articulée** entre les échelles locales, nationales, sous-régionales et régionale (ou continentale)

La « **communication** » quant à elle comporte plusieurs volets, très différents

- La **communication institutionnelle interne** (les informations ne circulent même pas très bien à l'intérieur du Conseil du FSA)
- La **communication institutionnelle externe** (faire connaître l'événement « Forum »)
- La communication un moyen de **mobilisation sociale** (amplification et diversification de la participation au mouvement aussi bien qu'à l'événement.
- Un moyen de **promotion** et de diffusion des valeurs qui sous-tendent les Fora Sociaux ainsi que les actions, initiatives et résistances des mouvements sociaux

b) les tâches très variées

La mobilisation et la communication se recoupent mais elles ne se confondent pas : il est difficile de mobiliser sans communiquer. On peut communiquer sans nécessairement chercher à mobiliser.

Les **objectifs** et « **cibles** » de la communication et de la mobilisation peuvent également être différents. Leurs « **moyens** » peuvent être différents : les **médias** dans tous les cas sont un moyen commun.

c) des expériences et des compétences différentes sont nécessaires

Le point a donné lieu à un échange où les opinions des membres de la commission étaient contrastées.

Certains membres souhaitaient qu'on scinde la commission en deux commissions. D'autres souhaitaient que la Mobilisation, étant transversale à toutes les commissions (mobilisation autour d'une stratégie, et sur des contenus ; mobilisation des communicateurs ; mobilisation des ressources). Dans ce cas, la commission Communication et Mobilisation aurait à se concentrer seulement sur la communication, la stratégie et les tâches de mobilisation revenant alors au Steering Committee, chargé à lui de désigner un responsable pour la Mobilisation.

Résultats de la discussion :

Les membres de la commission Communication et Mobilisation se sont finalement rendus à l'idée qu'il fallait, pour le moment, maintenir une seule commission.

Ils ont toutefois proposé de diviser la commission C&M en deux sous-commissions.

2. Nomination d'un représentant de la Commission C&M au Steering Committee

Les **critères** pour cette nomination avaient été arrêtés à Nairobi et affinés dans la discussion électronique qui a suivi. Ils ont été rappelés :

1°/ Adhérer **effectivement** aux **valeurs** et à la **Charte** du FSM (Ce qui va sans dire... mais...)

2°/ Avoir une certaine **compétence** dans le secteur considéré

3°/ Avoir une disponibilité en **temps** suffisante pour animer activement la Commission

4°/ Disposer de facilités matérielles minimales (pouvoir, si nécessaire, provisoirement ou à l'occasion assurer de manière **autonome** du Secrétariat, certaines tâches matérielles (téléphone, etc.)

Certains participants ont souhaité ajouter le critère linguistique comme un critère supplémentaire : la maîtrise des deux langues actuellement utilisées au sein du CFSA. Ce critère n'a finalement pas été retenu. En revanche, les membres de la commission C&M ont demandé que la communication entre les membres du CFSA se fasse désormais systématiquement en français ET en anglais.

Les participants ont désigné Diana Senghor comme représentante de la Commission C&M au Steering Committee.

Toutefois, ayant décidé de créer deux sous-commissions, les participants ont demandé qu'une ou deux autres personnes soient également désignées pour l'animation de(s) sous-commissions.

Représentante de la Commission C&M : **Diana Senghor**
Représentante des deux sous-commissions Mobilisation et Communication : **Rabia Abdel Karim et Thomas Deve.**

3. Plan d'Action de la Commission

3.1. Rappel des travaux de la veille (7.9.05)

1°/ Les principes

- La communication doit donner une très grande priorité aux **médias**.
- Les médias alternatifs doivent être ciblés, mais il faut désormais donner plus de priorité aux médias **dominants ou officiels**, à l'échelle internationale, comme à l'échelle nationale. La **TV**, en particulier, doit être également visée.
- La communication médiatique du FSA doit s'appuyer sur les **réseaux africains** de journalistes qui existent. Le rôle de « Flamme d'Afrique » est central.
- La communication médiatique du FSA doit aussi viser les **médias internationaux** et les **médias des autres continents**, alternatifs et dominants.
- La communication ne passe pas uniquement par les médias. Elle doit prendre en compte d'**autres formes d'expression** (musique, danse). Cependant ces formes d'expression devraient à leur tour être médiatisées (Concerts, Caravane)
- La commission en **langues nationales** devra être privilégiée pour en assurer le caractère **populaire**. La communication entre locuteurs africains de langues nationales devra être expérimentée.

2°/ Plan d'Action (Eléments)

La communication

Sur quoi ?

- La communication sur les Fora en tant que « moment » ou « événement », mais aussi comme « processus »
- La communication sur les événements liés aux Fora. Ex. : Caravanes, concerts, etc... (**Promotion**)
- La communication sur les mouvements sociaux africains (**Mobilisation**)

Comment ?

a) Communiquer à l'échelle régionale (continentale)

- Des points focaux pourraient être identifiés et responsabilisés à l'échelle des sous-régions
- Ces points focaux auront pour tâche d'identifier et d'animer la communication médiatique à l'échelle continentale entre les régions afin de 1) faciliter la communication entre les différentes régions qui est très faible et biaisée par les médias internationaux dominants ; 2) encourager et stimuler la production d'une information sur l'Afrique par les africains pour le reste du monde.

b) Communiquer à l'échelle sous-régionale (ou régionale)

- La **tâche** des points focaux sous-régionaux pourraient en particulier être de mobiliser les médias et réseaux de médias opérant dans leur sous-région et d'en faciliter la circulation dans les différents pays de la (sous-) région concernée.
- Une certaine priorité devrait être donnée aux **médias locaux** qui produisent et diffusent dans les **langues nationales**, afin de toucher des **publics populaires**.

c) Communiquer avec le reste du monde : échelle internationale

- Faciliter l'articulation des réseaux de journalistes africains avec les réseaux de médias alternatifs sur les autres continents.
- Viser les médias internationaux dans la couverture des Forums Sociaux qui auront lieu en Afrique (Conakry, Bamako en 2006 ; Nairobi en 2007)
Comment ?
- Développer davantage l'usage des TIC (Internet, satellite) pour la communication régionale et internationale.
- Coopérer étroitement avec le Secrétariat du FSM et en particulier, bénéficier de l'expertise des Brésiliens et des Indiens, qui ont organisé les FSM précédents.

3.2. Et après Perugia ?

1°/ Le Plan d'Action devra développer le volet Mobilisation qui n'a pas été élaboré pendant les travaux en plénière ou en commission.

2°/ Un Plan d'Action concernant la Communication devra développer le volet extra-médiatique de la communication.

3°/ Le Plan d'Action devra a) définir de manière plus précise des **objectifs** (en particulier Mobilisation) ; b) les **moyens** et actions à mettre en œuvre ; c) un **calendrier** ; il devra être outre d) assigner des **responsabilités** et e) évaluer les différentes **ressources** (humaines, techniques, financières), nécessaires à la mise en œuvre.

4°/ L'**articulation** entre le **rôle** et les **tâches** de la Commission du CFSA / celles des Commissions Communication des Comités d'Organisation du FSM 06 (Bamako) et du FSM 07 (Nairobi) / celles du Secrétariat du FSA / celles de la Commission Communication Internationale du FSA, devra être précisée.

5°/ Les membres de la commission devront **s'engager concrètement** dans les travaux de la Commission (Ils se sont répartis dans les deux sous-commissions)

6°/ La commission devra être élargie et renforcée par de **nouveaux membres**, dont la contribution est essentielle pour la finalisation et/ou la mise en œuvre du Plan d'Action.

FIN