IL N'EXISTE RIEN DE TEL QUE " L'AFRIQUE "

Article réalisé par Tessa Lewin. Tessa Lewin une artiste sud-africaine et zimbabwéenne attachée de recherche à l'Institut d'Etudes du Développement de Brighton en Angleterre. Elle conçoit des outils de communication pour des projets de développement à travers une méthodologie artistique visuelle. Elle fait actuellement une thèse de doctorat à l'Université de Brighton explorant l'activisme visuel queer dans l'Afrique du Sud contemporaine.

Ce n'est pas sans ironie qu'en tant qu'africaine faisant de la communication dans le développement et soucieuse de lutter contre les stéréotypes et leurs effets, j'ai accepté d'écrire un article sur ceux qui touchent l'Afrique et leur représentation en Europe. Il est impossible de parler de « l'Afrique » sans en effacer sa complexité, ses nuances et ses différences car c'est un vaste continent de 54 pays qui brasse plusieurs langues, civilisations et histoires. Pourtant, « l'Afrique » est souvent présentée de manière homogène. Historiquement, le « continent noir » a été construit en opposition binaire avec « l'Occident ». Comme l'écrit Jane Bennett : « il n'existe rien de tel que « l'Afrique » si ce n'est un concept qui se dresse contre des discours qui entérinent le cliché que le continent est sous-développé, que sa population est incapable de se gouverner, ou pauvre et que ses cultures sont primitives » (2011:80). Assez ironiquement d'ailleurs, la solidarité africaine née de la résistance à ces stéréotypes semble se renforcer en fiction cohérente et homogène.

Ces représentations existent sous plusieurs formes; les histoires que nous racontons ou les textes que nous rédigeons ; mais c'est sous leur forme visuelle qu'elles sont certainement les plus puissantes. Les représentations visuelles ont nettement augmenté avec le développement des dispositifs visuels et des réseaux sociaux. Pour les ONG, il s'agit autant d'une difficulté (beaucoup d'entre elles n'ont qu'une compréhension rudimentaire de ce paysage naissant et souvent peu de moyens à consacrer à son développement) que d'une formidable opportunité de développer une image à l'impact significatif largement diffusable. Malheureusement, les modèles de communication de beaucoup d'organisations, notamment pour leur campagne de collecte de fonds, n'ont pas pu suivre le progrès technologique et la réflexion dans ce domaine. Plus importants encore, les récits et représentations fausses et stéréotypées de l'Afrique et de ses populations persistent.

La répétition réductrice de ces stéréotypes est nuisible à la plupart du travail de qualité fait par le secteur du développement et le remet en question. Les stéréotypes, présentés eux-mêmes comme des exemples « authentiques », réduisent au silence les expériences qui ne rentrent pas dans ce moule. Combien d'images d'africains de la ville, de la classe moyenne ou queer voyons-nous ? Il est important que les professionnels commencent à admettre que les représentations sont liées aux relations de pouvoir, mais aussi que leur rôle à jouer est considérable afin d'œuvrer ensemble pour un monde plus juste. Il faut d'abord arrêter de représenter « l'Afrique » comme « différente » et être forcé de constater que les pays africains ne sont pas interchangeables. Mais il faut aussi cesser de produire cette « empathie politique aguicheuse» qui ne fait que réinscrire les récits stériles et racistes dans cette idée que les Africains sont des victimes abjectes qui attendent que les sauveurs occidentaux leur viennent en aide. Les ONG, comme d'autres institutions socioculturelles usantes des représentations, produisent, illustrent, valident voire institutionnalisent certains discours et idéologies et ont un rôle majeur dans la manière de représenter « l'Afrique » là où elles sont implantées. Elles pourraient (et devraient même !) être en première ligne afin de rompre et remettre en cause ces représentations.

Plusieurs universitaires ont noté un changement radical dans la représentation que véhiculent les ONG, passant de la racialisation négative que l'on connaît déjà, à un « positivisme délibéré ». Prenons par exemple la représentation des femmes en entrepreneuses acharnées, la solution à la pauvreté et à l'inégalité de genre. Ici, on impose aux femmes une responsabilité morale dans leur développement personnel et on met de côté les problèmes complexes de pouvoir et d'idéologie. Ces organisations

décrivent aussi la capacité qu'ont les femmes à se donner les moyens d'agir [empowerment] comme un cadeau que doit leur offrir le consommateur de ces images, ce qui vient « implicitement réaffirmer la mission civilisatrice » (Wilson, 2013). Comment représenter les difficultés et le contexte des enjeux du développement tout en militant pour ces derniers ? La majorité de mon travail depuis 20 ans a été de faire de la communication dans le développement. Une partie a consisté à rendre la recherche plus accessible, mais tout le reste a eu pour but de répondre à cette question.

Heureusement, il existe des outils critiques et méthodologiques pour nous aider. L'intersectionnalité nous a permis de comprendre que la race, le genre, la sexualité et la classe comme intrinsèquement liée et existante les uns par rapport aux autres. Elle nous apprend à voir les identités de façon plus hétérogène, à réfléchir à la complexité de la vie d'un individu et à écarter les solutions miracles. Cela nous apprend par exemple que les discriminations basées sur le genre ou l'homophobie doivent être analysées en contexte et reliées aux autres oppressions et privilèges structurels. Tout.e.s. les femmes, les hommes ou en effet, toutes les personnes queers n'ont pas les mêmes besoins : ceux-ci dépendent de l'âge, du revenu, des enfants à charge, du lieu, etc. Pour saisir ces complexités et spécificités, nous avons besoin d'interventions contextualisées et s'adaptant aux différentes personnes et circonstances. Afin de comprendre parfaitement ces circonstances, nous devons être attentivement à l'écoute. Les théories Queer nous apprennent à nous méfier de la pensée binaire, des nuances, de la facilité et des réponses toutes faites.

Les outils méthodologiques offerts par les techniques de communication participative comme le storytelling digital, le photovoice et la vidéo participative sont quelques moyens d'être attentifs. Ils nous aident à comprendre les réalités et difficultés locales de ceux avec qui nous travaillons. Ils nous permettent aussi de présenter cette complexité au moyen d'une communication tournée vers l'extérieur. Produire des images de femmes exerçant des métiers « d'hommes » en Égypte renverse l'idée que seuls des hommes peuvent faire certains métiers. Inviter les participants de la recherche à poser des questions sur l'empowerment ou certains aspects qui les ont aidés ou freinés dans leurs vies personnelles grâce au storytelling digital a révélé une compréhension nuancée des réalités individuelles. Un photovoice avec des enfants en Ouganda nous a montré une perspective totalement différente de leur environnement scolaire (au sens propre d'ailleurs au vu de leur taille) et nous a ainsi permis de mieux penser les solutions sanitaires pour les jeunes filles ayant leurs règles. Un projet photographique avec des employés de maison leur a donné la possibilité de produire leurs propres représentations d'eux-mêmes et de voir à nouveau de la beauté dans leurs expériences quotidiennes. L'exposition, qui s'est tenue dans une galerie d'art huppée, leur a offert de la visibilité dans un espace qui d'ordinaire les invisibilise et a mis la classe moyenne directement face aux torts qu'elle cause aux employés de maison. Des ateliers de création avec de jeunes queers à Johannesburg ont bousculé le récit populaire selon lequel tous les Africains sont homophobes : certains ont une famille très présente et subissent de l'homophobie dans d'autres contextes. Au Ghana, un concours de chant et d'écriture qui encourage les musiciens, producteurs et stations de radios a remis en question les représentations sexistes des femmes dans les paroles de chansons et a suscité un vif débat public.

En plus d'un travail de communication participative, j'ai collaboré pour la plupart de mon travail avec des « producteurs de culture » : des artistes professionnels, des réalisateurs, des journalistes ou reporters-photographes. Ces derniers, à partir de leurs démarches bien plus participatives, traduisent leurs messages en artefacts à forte valeur de production dans le but de les rendre plus faciles à diffuser et accessibles au grand public. Avec le programme Pathways of Women's Empowerment par exemple [les Voies de l'autonomisation des femmes – www.pathways-of-empowerment.org], nous avons lancé un projet de film documentaire permettant la production de courts-métrages avec des réalisateurs émergents que nous avons mis en lien avec des universitaires et des militants de la région travaillant sur les mêmes questions que nous. Pour certains de ces réalisateurs, ceci a mené à repenser leurs propres représentations des pays du Sud et à contester plus activement la vision d'autres réalisateurs :

ils avaient finalement pris conscience de leur rôle d'agent politique. Là où nous avions eu affaire à des controverses et des difficultés, nous avons pu créer des espaces de discussions et de contestations, soit par le biais d'un jury à une projection ou d'une exposition-débat ou de blogs au sein desquels des rédacteurs aux opinions variées sont invités à s'exprimer.

Dans l'ère des médias numériques, les employés d'ONG devraient mûrement réfléchir aux représentations qu'ils créent ou encouragent. Il existe de formidables opportunités pour remettre en question et nuancer les stéréotypes. Il suffit de donner la parole à ceux avec qui nous travaillons en les encourageant à raconter leur propre histoire, de les faire collaborer avec des producteurs de culture ou d'encourager la contestation et la complexité. Ce travail de communication est facilité aujourd'hui par le prix plus abordable des appareils numériques et les nouvelles plateformes de diffusion offertes par les réseaux sociaux. Il est aussi très gratifiant et amusant et nous donne une chance réelle de comprendre les contextes dans lesquels nous intervenons et d'amasser de nouvelles compétences.

Enfin, nous collaborons avec des partenaires hors des hiérarchies poussiéreuses en place au sein des programmes de travail qui ont privé le développement de sa teneur profonde.