

## LES APPROCHES DE LA VIDÉO PARTICIPATIVE

La vidéo participative (VP) est une forme de recherche en action participative qui implique un groupe ou une communauté dans la création de son propre film éducatif, comme une forme « d'éducation par les pairs » dans le but de favoriser les échanges, à la fois entre les personnes et avec d'autres communautés.

L'idée derrière la VP est que tourner une vidéo étant chose facile et accessible, ce processus est un excellent moyen de rassembler les gens pour examiner les problèmes, exprimer leurs préoccupations ou tout simplement d'être créatifs et de s'engager dans le récit informatif de leurs expériences.

Bien que des films de haute qualité puissent être produits en utilisant l'approche VP, la principale valeur ajoutée de la VP se trouve principalement dans le processus qui peut s'avérer très stimulant, permettant à un groupe ou une communauté de prendre leur propre initiative pour communiquer leurs besoins, leurs idées et, finalement, de résoudre leurs propres problèmes.

Les personnes impliquées dans la VP passent du statut « objet d'étude » à celui de « sujet protagoniste » du processus et, par conséquent, cela renforce l'attitude des participants et la motivation à prendre des mesures.

En outre, tout le processus de conception, de tournage et du jeu des acteurs pour une VP est un procédé passionnant pour les personnes concernées et génère souvent un lien fort entre les membres de la communauté dans son ensemble.

La VP se fait toujours dans la langue locale et les acteurs sont toujours des amateurs. Elle est souvent très agréable à regarder. C'est un moyen puissant pour faire passer des messages forts en matière d'enseignement par le biais de ce que l'on qualifie d'activité ludo-éducative (apprendre en s'amusant).

La VP est utilisée partout dans le monde. Elle a été appliquée dans de nombreuses situations différentes, depuis la sensibilisation et l'habilitation pour une plus grande participation dans des projets de développement jusqu'à proposer un outil d'autonomisation et un environnement communicatif pour les groupes vulnérables et les personnes analphabètes.

Comme le peuvent une approche VP et du matériel d'éducation multimédia, très peu d'autres techniques offrent aux organismes de développement les mêmes possibilités d'influer sur la vie des bénéficiaires.

En combinaison avec d'autres méthodes telles que les techniques d'apprentissage participatif par l'action (PLA) et l'évaluation participative rurale (PRA), la VP a été appliquée avec succès pour promouvoir le développement local innovant et endogène dans divers projets ainsi que pour les besoins de suivi et d'évaluation du programme.

## POURQUOI ET COMMENT NOUS AVONS UTILISÉ LA VIDÉO PARTICIPATIVE CHEZ SMARTFISH

Une des principales conclusions des évaluations des pertes post-récolte que SmartFish a menées dans neuf pays, c'est qu'une mauvaise manipulation du poisson et le manque d'hygiène sont les principales causes de l'altération du poisson et, par conséquent, des pertes post-récolte.

Le manque de connaissance et de compréhension dont font preuve de nombreux pêcheurs, transformateurs et commerçants quant aux causes de la détérioration et des conséquences d'une mauvaise hygiène et de la manipulation sur la qualité du poisson et la sécurité alimentaire, sont l'une des raisons sous-jacentes de ces pertes. Souvent, ils n'ont pas conscience du « comment mieux faire les choses ». Par conséquent, l'éducation est un volet important du processus de réduction des pertes.

Au cours du processus de planification pour la réduction des pertes, les communautés bénéficiaires ont reconnu que l'utilisation de la vidéo est susceptible d'être un outil ludo-éducatif puissant et potentiellement très efficace. La raison en est qu'elle peut :

- être regardée par des personnes analphabètes de différents groupes d'âge et ne nécessite aucune des compétences littéraires nécessaires pour avoir accès aux médias sur papier ;
- transmettre des messages éducatifs d'une manière accessible et dans le contexte local ;
- être diffusée facilement et à plusieurs reprises, touchant ainsi de nombreux bénéficiaires à un faible coût. Elle peut également être copiée et distribuée facilement en format DVD.

Ayant pris conscience du potentiel des VP, SmartFish a conçu et mis en œuvre la campagne « Poisson propre, vie meilleure » en partenariat avec l'ONG kenyane Fondation culturelle vidéo (*Cultural Video Foundation* – CVF) : il s'agit d'un ensemble intégré d'activités de production et de diffusion des VP et d'un forfait vidéo-formation sur l'importance de l'hygiène et de la qualité dans la pêche artisanale.



Sur le plateau : tournage d'une scène pour la VP au Kenya. © Silvia Gioiello, CVF

# La sensibilisation communautaire par la vidéo participative et le cinéma itinérant



Une foule importante assiste à la VP au cours d'une séance de projection du cinéma itinérant au site de débarquement de Nayloba, en Ouganda. © Alfredo Broccolo, CVF

La conception et le tournage de la VP ont été réalisés en trois semaines dans deux communautés kenyanes de pêcheurs sur le Lac Victoria. Ces mêmes pêcheurs, transformateurs, commerçants et consommateurs ont produit et joué dans le film sous la direction de l'équipe SmartFish-FAO/CVF.

Pour ajouter de l'impact à la diffusion des messages, l'équipe de VP a impliqué la pop-star kenyane Nazizi comme interprète-témoin. Elle a écrit et interprété la chanson utilisée pour la bande son de la vidéo et a été l'un des promoteurs de premier plan de la campagne.

La VP produite, intitulée Usafi Ni Pesa (L'hygiène fait gagner de l'argent), a été diffusée dans de nombreuses communautés le long des rives du lac Victoria au cours d'une campagne de cinéma itinérant commencée au Kenya en juillet 2013. Cette campagne s'est poursuivie en Ouganda et en Tanzanie de janvier à mars 2014.

Les équipes ont parcouru plus de 6 000 km, présentant la campagne et organisant des projections de cinéma itinérant dans 44 sites de débarquement et communautés de pêcheurs au total. Elles ont ainsi touché plus de 90 000 personnes.

La campagne comprenait également une promotion de la consommation du poisson et de la nutrition. Un accent particulier a été mis sur les femmes enceintes, les personnes âgées, les enfants et les personnes touchées par le VIH. Pour ce faire, l'on a eu recours à des démonstrations culinaires en public et à la distribution d'un livret illustré de recettes à base de poisson ainsi que d'autres matériels de sensibilisation conçus de manière pertinente pour la campagne.

Parallèlement aux activités de sensibilisation, une autre initiative de SmartFish consiste en un renforcement direct des capacités pour des groupes spécifiques d'opérateurs de la pêche artisanale.

Dans cette optique, SmartFish et CVF ont produit un nécessaire de vidéo-formation composé de cinq modules de techniques vidéo destinés aux pêcheurs, transformateurs, commerçants et consommateurs d'un faible niveau d'alphabétisation. Le but de ces vidéos, courtes et divertissantes, est d'enseigner aux différents opérateurs de la pêche artisanale ce qu'est la base d'une bonne manipulation du poisson, les compétences et les pratiques en matière d'hygiène dont ils peuvent se servir au quotidien. Les formations vidéo sont disponibles en ligne en cinq langues différentes (anglais, français, kiswahili, luganda et somali). Elles ont été réalisées de manière interactive afin que l'animateur puisse encourager son auditoire à discuter et à partager des opinions pendant que la formation vidéo se poursuit.

La formation est faite lors de sessions de vidéo-formation d'une demi-journée. À ce jour, 135 sessions ont été réalisées, touchant au total 4 000 acteurs des pêcheries des mêmes sites ciblés par la campagne de VP. Ces sessions ont été mises en œuvre par des



Publicité pour la campagne. © Alfredo Broccolo, CVF



### Les pêcheurs prennent conscience de la valeur du poisson propre pour obtenir de meilleurs profits.



© Alfredo Broccolo, CVF

George Bataala passe les heures productives de sa journée au loin dans les eaux du lac Victoria, lançant ses filets pour attraper ces magnifiques poissons remplis de protéines. Chaque jour, il travaille dur pour que lorsqu'il arrive au quai du site de débarquement de Busuyi en Ouganda, sa prise est encore fraîche. Mais son activité est affectée par des pertes parce qu'il ne dispose ni d'une glacière, ni de glace sur son bateau. Le temps qu'il met pour arriver au site de débarquement pour la vendre aux commerçants enthousiastes, la moitié de sa prise est abîmée. Pourtant, le poisson est un produit de valeur élevée, parfois vendu aux enchères au plus offrant.

« C'est comme si je voyais mon peuple là-haut, sur l'écran. Tout ce qu'ils montraient se produit ici, sur ce site de débarquement. Cette vidéo m'a appris beaucoup de choses et elle m'a ouvert les yeux. J'ai appris l'importance de manipuler le poisson comme un bébé, avec soin, de le mettre dans la glace pour le conserver, afin qu'il reste frais. J'ai également appris l'importance de le transporter à terre et au marché très rapidement, de sorte que je ne subis pas de pertes. Maintenant, je sais que si j'avais investi de l'argent dans cette boîte et dans la glace, je n'aurais pas à jeter du poisson ou à le vendre pour moins d'argent », déclare-t-il à Busuyi, où plus de 400 personnes étaient rassemblées pour participer à la campagne SmartFish.

Avant de regarder la vidéo de campagne « Poisson propre – vie meilleure », Esther, qui vend des sardines sur le site de débarquement, ne pouvait distinguer le bon poisson du mauvais poisson qu'en vérifiant la couleur des branchies.

« Aujourd'hui, en regardant la vidéo, j'ai appris que l'on peut également distinguer un bon poisson d'un mauvais en regardant les yeux et en le touchant. S'il est trop mou, il est mauvais », a-t-elle affirmé fièrement.

Sarah Nakaziba, responsable des pêches pour le district de Mayuge, a dit qu'elle va porter la vidéo et le matériel de formation à tous les sites de débarquement et apprendre aux agents des pêches à faire passer le message et les pratiques de la campagne au peuple pêcheur.

formateurs professionnels de l'Agence tanzanienne de formation et d'éducation pour la pêche (*Tanzanian Fisheries Education and Training Agency – FETA*).

## LES RÉALISATIONS À CE JOUR

La première évaluation de l'impact post-campagne qui vient d'être réalisée au Kenya et en Ouganda a confirmé que, comme prévu, l'utilisation de la vidéo a réussi à faire passer les bons messages aux communautés.

Les acteurs de la VP étant le même genre de personnes que le public cible de la campagne, la VP a réussi à transmettre très efficacement le message éducatif « Poisson propre – vie meilleure » sous une forme d'activité ludo-éducative accessible, conforme au contexte socioculturel local ciblé par le projet.

Pendant les causeries publiques faites avant et après chaque séance de cinéma itinérant, l'auditoire, avec un maître des cérémonies formé, a été en mesure d'analyser, de décrire, de classer les nouvelles informations, créant ainsi un lien important entre les pratiques dont il a l'habitude et les nouvelles propositions recommandées et proposées par nos vidéos.

En outre, la prochaine vidéo-formation sur l'hygiène et les bonnes pratiques de manutention du poisson va ajouter à l'impact de la campagne de sensibilisation, renforçant les compétences et les connaissances d'opérateurs spécifiques de la pêche artisanale.

Le programme de formation vidéo est disponible en ligne sur le site Web mondial de la FAO, ainsi que sur *YouTube* et *Facebook*. Elle constitue une ressource utile pour diffusion ailleurs dans le monde.

L'on s'attend à ce que les messages de la campagne gagnent progressivement du terrain au sein des différentes communautés autour du Lac Victoria et entre elles, atteignant ainsi de plus en plus de gens.

A partir d'avril 2014, SmartFish procédera à une évaluation plus profonde de l'incidence globale des activités de la campagne et jugera du niveau auquel les messages essentiels auront été pleinement intégrés dans les activités quotidiennes des différents opérateurs de la pêche et des consommateurs.



© Alfredo Broccolo, CVF

# La sensibilisation communautaire par la vidéo participative et le cinéma itinérant

La campagne a également trouvé un écho considérable dans différents médias tels que la presse écrite, la radio et la télévision dans l'ensemble des trois pays cibles. Elle a également suscité une grande appréciation de la part des institutions clés et des bailleurs de fonds qui ont exprimé leur intérêt à reproduire le succès de la campagne dans les zones côtières ainsi que dans d'autres pays de la région.

## QUELLE EST LA SUITE ?

S'appuyant sur les expériences réussies des travaux de la campagne « Poisson propre - vie meilleure », SmartFish utilisera davantage l'approche VP et le cinéma itinérant en tant que média puissant et comme méthode pour d'autres campagnes de sensibilisation visant à favoriser un changement d'attitude par rapport à des questions connexes liées à différents types de pêche.

Ci-après de possibles sujets essentiels :

- le contrôle des pêches illégales et l'importance de respecter les lois relatives aux pêcheries ;
- une bonne gestion de l'environnement ;
- la diversification des moyens d'existence et les activités alternatives génératrices de revenus ;
- la planification participative dans la gestion des zones côtières ;
- la promotion de la consommation du poisson.

En parallèle, les vidéos déjà produites seront traduites / doublées en d'autres langues pour une diffusion plus large dans d'autres pays.

### La vidéo participative sur la cogestion des pêcheries du lac Tanganyika.



Tournage des vidéos sur les rives du Lac Tanganyika. © Alain Gashaka

Une autre initiative utilisant la VP a été réalisée en collaboration avec l'Autorité du lac Tanganyika en matière de gestion des pêcheries. Au Burundi, quatre vidéos ont été développées avec les communautés de pêche pour aider à sensibiliser les communautés sur les bonnes pratiques de bonne gestion de la pêche et de débarquement sur la rive, ainsi que l'importance des activités alternatives génératrices de revenus pour les communautés de pêche.

Ces vidéos ont été réalisées avec, et par, la Fédération des pêcheurs du Burundi et sont susceptibles d'être le début d'une initiative à plus long terme dans la région du lac Tanganyika.

#### PRÉPARÉ PAR

**Alessandra Argenti** : CVF

**Davide Signa** : Expert Sécurité alimentaire, FAO, SmartFish

#### Programme SMARTFISH

Blue Tower, 5<sup>e</sup> étage, Rue de l'Institut | Ebène | Ile Maurice

Tel: (+230) 402 6100 | Fax: (+230) 466 0160

E-mail: smartfish@fao.org | smartfish@coi-ioc.org

Sites web: www.smartfish-coi.org | www.fao.org | www.coi-ioc.org

Suivez-nous sur 