



HAL
open science

Est-il possible de communiquer autrement ? La (dé)colonisation dans le domaine de la communication visuelle humanitaire

Cristina García Martínez

► **To cite this version:**

Cristina García Martínez. Est-il possible de communiquer autrement ? La (dé)colonisation dans le domaine de la communication visuelle humanitaire. *Humanitaires en mouvement*, 2024, 26, pp.64-70. hal-04832213

HAL Id: hal-04832213

<https://hal.science/hal-04832213v1>

Submitted on 22 Jan 2025

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Humanitaires

N°26 en mouvement DÉCEMBRE 2024



© Laurent Saillard, Groupe URD



Quels chemins
vers une aide décolonisée ?



— sommaire

04 Sémantique de la Décolonisation

Action contre la faim

08 Décolonisation de l'aide humanitaire : le Groupe URD (re)lance le débat

*Groupe URD, avec la collaboration
de Damien Guillou*

16 **rencontre**

avec Sabrina Guerard

20 Interroger un système de pouvoir et de valeurs, diversité de réponses des OSC françaises

*Anna Diaz, Mélanie Pelascini,
Anaïs Tamani*

28 Synthèse critique de la décolonisation de l'aide humanitaire et de la localisation

*Carine Magen-Fabregat, Myriam
Aït-Aïssa et Pierre Alexandre Maiziere*

38 **rencontre**

avec Maïka Sondarjee

44 Colonialité ou pluriversalité : que révèle la transition écologique des ONG ?

Vincent Pradier

52 Décoloniser les données, un prérequis pour une véritable localisation ?

Martin Noblecourt

60 **point de vue**

La décolonisation de l'aide :
un processus complexe vers
une solidarité internationale
renouvelée

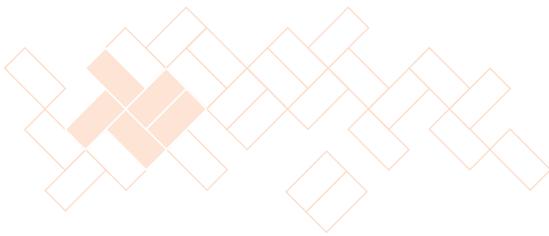
par Martine Gwana Passa

64 Est-il possible de communiquer autrement ? La (dé)colonisation dans le domaine de la communication visuelle humanitaire

Cristina García Martínez

72 **bibliographie**





Est-il possible de communiquer autrement ? La (dé)colonisation dans le domaine de la communication visuelle humanitaire

par Cristina García Martínez

L'aide humanitaire utilise la photographie comme outil d'approche du public. En tout état de cause, ces représentations photographiques sont porteuses d'une ambivalence car, si l'objectif premier de l'aide humanitaire est de soulager la douleur des populations et d'assurer « le respect de leur vie et de leur intégrité physique et morale » les photographies sont prises dans des moments de grande souffrance.

L'aide humanitaire internationale vise à apporter une assistance aux populations en situation de vulnérabilité. Pour mener à bien leur travail, les organisations internationales s'appuient sur des

financements privés afin de ne pas dépendre matériellement de l'État, de préserver leur identité et d'intervenir rapidement¹. Pour elles, la manière la plus appropriée d'acquérir des fonds, de particuliers et d'entreprises, entre autres, repose sur l'exercice de la communication, essentiellement représentée par la photographie humanitaire.

Dans les années 1970, l'aide humanitaire utilise la communication visuelle, principalement constituée par l'image fixe, comme outil d'approche du public afin de présenter ses activités et alerter sur les injustices politiques et sociales. Des conflits tels que la guerre du Biafra, la famine dans la région du Sahel² ou la guerre du Vietnam sont constitutifs de la naissance de l'humanitarisme *sansfrontériste*³. L'organisation française Médecins sans frontières s'impose comme l'association paradigmatique de l'aide humanitaire, notamment

en défendant sa devise : « [a]gir et parler, soigner et témoigner [...] »⁴. C'est plus précisément sous l'angle de la dénonciation que la photographie est utilisée en tant qu'élément clé de la

- 1 Marie-Laure Le Coconnier et Bruno Pommier, *L'action humanitaire*, Paris : Presses Universitaires de France, 2012.
- 2 Un exemple est l'image «On pèse un enfant pour l'inclure dans un programme d'aide alimentaire» faite par le du photographe brésilien Sebastião Salgado. Son travail s'étend à plusieurs pays et conflits, dont la sécheresse au Sahel (Amar, 2000), qui donne lieu à l'ouvrage *Sahel : the end of the road* coproduit avec MSF, qui a obtenu les bénéfices de la vente du livre. L'illustration se trouve disponible sur ce lien <https://www.centrepompidou.fr/fr/ressources/oeuvre/cR5d7ob>
- 3 Rony Brauman, *L'Action Humanitaire*, Paris : Dominos Flammarion, 2000. Philippe Ryfman, *Une histoire de l'humanitaire*, Paris : La Découverte, 2016.
- 4 Rony Brauman, *L'Action Humanitaire*, Paris : Dominos Flammarion, 2000, p. 60.



communication. Les images d'enfants affamés ou de mères éplorées deviennent l'incarnation des « victimes idéales »⁵ en suscitant la compassion du public spectateur⁶, un sentiment qui s'était déjà exercé dans le passé à travers les représentations des photographies prises par les missionnaires pendant le processus colonial. En tout état de cause, ces représentations photographiques sont porteuses d'une ambivalence car, si l'objectif premier de l'aide humanitaire est de soulager la douleur des populations et d'assurer « le respect de leur vie et de leur intégrité physique et morale »⁷, les photographies sont prises dans des moments de grande souffrance⁸.

La problématique posée est donc double. D'une part, il s'agit de savoir si les représentations photographiques des « victimes idéales » de l'aide humanitaire ont changé à notre époque et, le cas échéant, comment ces changements se sont produits.

L'ENGAGEMENT SOCIAL DE LA COMMUNICATION HUMANITAIRE DANS LES ANNÉES 1970

Dès les débuts de l'aide humanitaire, la photographie devient l'élément clé du processus de communication. Son développement précoce permet à l'Europe et à l'Occident de documenter les différentes actions menées dans le cadre d'une conquête visuelle⁹. En tant que témoin, la caméra photographique accompagne les différentes organisations internationales dans leurs pratiques, devenant leur outil le plus précieux. Il s'agit d'une photographie sociale qui vise à montrer la réalité du terrain d'un point de vue occidental, malgré le caractère discutable des représentations¹⁰.

À partir des années 1970, avec l'avènement du *sansfrontiérisme*, cette logique à visée sociale s'est renforcée puisqu'elle s'impose comme l'axe central du processus de médiatisation, c'est-à-dire comme le modèle communicationnel qui permet d'exposer des causes oubliées. Basée sur des logiques d'engagement et de dénonciation sociale, elle s'avère « [...] le pire ennemi de l'indifférence et de l'arbitraire, le véritable support

5 Ofra Koffman, Shani Orgad and Rosalind Gill, «Girl power and 'selfie humanitarianism», *Continuum*, 29(2), 2015: 157–168. <https://doi.org/10.1080/10304312.2015.1022948>

6 Susan Sontag, *Regarding the pain of others*, New York: Picador, 2003.

7 CICR, «¿Qué es el derecho internacional humanitario?», Servicio de asesoramiento en derecho internacional humanitario, 2004. https://www.icrc.org/sites/default/files/document/file_list/dih.es_.pdf

8 Luc Boltanski, *La Souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique*. Paris, Éditions Métailié, 1933.

9 Lilie Chouliaraki, and Anne Vestergaard, *Routledge Handbook of Humanitarian Communication*, London: Routledge, 2022. André Rouillé, *La photo numérique : une force néolibérale*. Paris : Éditions l'échappée, 2020.

10 En 1985, Sebastiao Salgado réalise un reportage photographique pour Médecins sans frontières. De ce travail découle l'ouvrage *Une certaine grâce*. Voici l'une des images : <https://www.centrepompidou.fr/fr/ressources/oeuvre/cR5d7ob> Susan Sontag, *Regarding the pain of others*, New York: Picador, 2003.



d'une conscience globale »¹¹, donnant naissance à un genre à part entière : la photographie humanitaire¹².

L'affichage d'images de souffrance, malgré l'origine à visée sociale du procédé, devient le mode opératoire de la communication d'organisations visant à susciter la compassion de la population, ainsi qu'à initier des dons en faveur de l'aide au Sud global. Ces clichés ont une fonction de catalyseur dans la mobilisation de la solidarité internationale, tout en donnant lieu à un régime de représentation particulier¹³. La diffusion constante d'images mettant en scène des représentations dichotomiques et hiérarchisantes donne naissance à des imaginaires hérités du système moderne-colonial. Les corps en souffrance côtoient les portraits des professionnels de santé lors de la mise en œuvre des actions, contribuant notamment à la construction de l'imaginaire du sauveur occidental – ou *sauveur blanc*¹⁴ – adossé à la scientificité de son activité et à sa neutralité dans le développement de l'aide.

Ces images contribuent à la création d'une représentation déterministe de la victime humanitaire à laquelle répond une morale universelle, illustrée par

l'application d'une aide directionnelle Nord-Sud qui consacre, à son tour, la déshumanisation de « l'autre » en naturalisant sa souffrance.

Néanmoins, la littérature sur la communication de l'aide humanitaire stipule que les logiques sociales communicationnelles de cette étape se transforment progressivement. Cela est dû à l'imbrication, d'une part, d'une assumption généralisée de l'équité sociale atteinte, et d'autre part, des logiques publicitaires dans lesquelles sont inscrits les nouveaux modes de communication néolibéraux, ce qui, ensemble, donne naissance à ce que l'on appelle le *post-humanitarisme*¹⁵.

LES NOUVELLES LOGIQUES DE COMMUNICATION DANS L'AIDE HUMANITAIRE

À partir des années 1990, la prolifération progressive des ONG ainsi que la nécessité politiquement assumée de réglementer les formes et l'exercice de leurs activités conduisent le champ de la solidarité internationale vers une professionnalisation conséquente, notamment de leurs stratégies de

11 Rony Brauman et René Backmann, *Les médias et l'humanitaire : éthique de l'information ou charité-spectacle*, Paris : Cfpj éditions, 1996, p. 20.

12 Heide Fehrenbach and Davide Rodogno (Eds.), *Humanitarian Photography*. New York: Cambridge University Press, 2015. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107587694>

13 Stuart Hall définit le régime de représentation comme la structure sociologique qui émane des représentations stéréotypées constantes faites sur un groupe de population spécifique, dans ce cas, les personnes réceptrices de l'aide humanitaire. Stuart Hall, *Representation. Cultural representations and signifying practices*, London : Sage Publications, 1997.

14 En 2012, l'activiste et romancier Teju Cole utilise le terme «sauveur blanc» en réponse au court-métrage *Kony* réalisé en 2012 par l'ONG américaine Invisible Children Inc, produit par son fondateur Jason Russell, qui cherchait à dénoncer le chef de la LRA ougandaise. Consulté le 13 août 2024 sur <https://www.theatlantic.com/international/archive/2012/03/the-white-savior-industrial-complex/254843/>

15 Lilie Chouliaraki, « Post-humanitarianism », *International Journal of Cultural Studies*, 13(2), 2010, p. 107–126. <https://doi.org/10.1177/1367877909356720>



communication. Un grand nombre d'organisations entrent dans un rapport de concurrence favorisant l'ingérence des États dans la mise en œuvre d'une déontologie communicationnelle¹⁶ tandis que les ONG s'appuient sur des agences de publicité : « [l]es associations [sont amenées] à penser en termes de stratégie et de communication institutionnelle [...] et donc à se tourner vers les agences de publicité »¹⁷ dans l'objectif de lever des fonds. Pour Rony Brauman, il s'agit de « [...] laisser la communication se substituer insidieusement à l'information [...] »¹⁸, c'est-à-dire que, sur la base de l'analogie entre « informer » comme processus social et « communiquer » comme processus publicitaire, on assiste à un remplacement de la genèse des logiques de communication humanitaire.

L E NÉOLIBÉRALISME DANS L'HUMANITAIRE

Au cours des dernières décennies, le champ de l'aide humanitaire a fait l'objet d'une transformation majeure. L'avènement des réseaux et des médias numériques favorise la généralisation des mouvements sociaux, influençant les modes et les contenus de communication des ONG. Les citoyens, ainsi que les institutions, commencent à s'intéresser aux questions sociales et politiques dans un contexte d'évolution vers un modèle de société néolibérale¹⁹. La communauté internationale exprime son souci de préserver la paix mondiale, en organisant le premier sommet du Conseil de sécurité des Nations unies²⁰, et concomitamment, l'idéologie fondée sur la non-réglementation, la privatisation et le retrait des services sociaux de l'État conduit toute l'activité sociale à se soumettre à la souveraineté du marché²¹.

Dans ce contexte, l'aide humanitaire est influencée par un système idéologique, reposant sur la néolibéralisation de l'humanitaire²² caractérisée par la persistance de la dénonciation

16 Pascal Dauvin, *La communication des ONG humanitaires*, Paris : L'Harmattan, 2010.

17 Amélie Gastaut, *La publicité au secours des grandes causes*, Paris : Les Arts Décoratifs, 2010, p. 8.

18 Rony Brauman, *L'Action Humanitaire*, Paris : Dominos Flammarion, 2000, p. 69.

19 Isis Giraldo, «Posfeminismo / Genealogía, geografía y contornos de un concepto», *Debate Feminista*, 59, 2020, <https://doi.org/10.22201/ciea.2594066xe.2020.59.01>

20 Le 31 janvier 1992, le premier sommet du Conseil de sécurité des Nations unies s'est tenu à New York, réunissant cinq membres permanents : La Chine, les États-Unis, la France, la Fédération de Russie et le Royaume-Uni. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/UNDOC/GEN/N92/259/64/PDF/N9225964.pdf?OpenElement>

21 Jess Butler, «For White Girls Only? : Postfeminism and the Politics of Inclusion», *Feminist Formations*, 25(1), 2013, 35–58. <https://doi.org/10.1353/ff.2013.0009>

22 Lilie Chouliaraki, « Post-humanitarianism », *International Journal of Cultural Studies*, 13(2), 2010, p. 107–126. <https://doi.org/10.1177/1367877909356720>



sociale, mais basée sur les logiques du marketing publicitaire²³.

On assiste à un processus de dépolitisation et d'instrumentalisation ou de marchandisation des causes sociales dont l'objectif est de construire une représentation qui sensibilise la population spectatrice – les citoyens donateurs – mais en plaçant la figure du personnel humanitaire au centre du



Elles [les ONG] s'exposent par le biais d'images, se constituant comme le moi sauveur, forme de communication étroitement liée au processus colonial d'orientation civilisatrice, ainsi que néolibérale, se positionnant au centre et faisant de ce geste leur marque d'identité.



discours. La révolution provoquée par l'irruption des modes de communication numériques déclenche l'établissement du « moi » comme centre du processus d'aide, intimement lié au développement des projets d'entreprise. Les organisations internationales

non gouvernementales ne sont plus de simples associations, mais bel et bien des entreprises multinationales²⁴ et, à ce titre, elles utilisent la dépolitisation néolibérale pour augmenter les dons financiers des téléspectateurs par le biais de la publicité ciblée. Ce faisant, elles s'inspirent de l'*ethos* néolibéral, c'est-à-dire de la manière égocentrique d'agir dans le cadre de l'entreprise de l'ONG. Leur façon de concevoir le marketing publicitaire se reflète dans les campagnes de dons, où elles abordent et vendent constamment le travail accompli. En d'autres termes, elles [les ONG] s'exposent par le biais d'images, se constituant comme le moi sauveur, forme de communication étroitement liée au processus colonial d'orientation civilisatrice, ainsi que néolibérale, se positionnant au centre et faisant de ce geste leur marque d'identité. Cette approche répond aux logiques post-humanitaires actuelles, où l'on défend la bonté altruiste de la personne qui œuvre dans l'humanitaire, incarnant le « moi-centré », tout en donnant de l'espace aux bénéficiaires de l'aide, principalement des femmes, mais d'un point de vue occidental.

En effet, il s'agit d'une représentation stéréotypée qui soit creuse la différence à travers un discours de revictimisation de l'altérité, soit traite d'une égalité irréaliste axée sur l'autosuffisance ou l'autonomisation des femmes afin d'atteindre la « liberté occidentale », entendue comme un paradigme.

23 Un exemple est la campagne d'Action contre la Faim «Leïla, 100 francs plus tard» disponible sur : <https://madparis.fr/IMG/pdf/livret.pdf>

24 Peter Redfield, « Doctors, Borders, and Life in Crisis », *Cultural Anthropology*, 20(3), 2005, 328– 361.



La communication humanitaire subit ainsi une métamorphose, une sorte de saut dans les valeurs néolibérales où, à son origine, dans les années 1970, la représentation se focalise sur l'image de l'altérité, tandis qu'à partir du XXI^e siècle, l'exposition sensationnaliste de la victime, l'effet de choc, est abandonné pour déplacer le regard. Ce processus illustre l'instrumentalisation de l'aide humanitaire, un mode d'entreprise qui persuade et exhorte les citoyens à participer au changement social, malgré l'impossibilité absolue de rapprocher deux réalités diamétralement opposées.

L E POST-HUMANITARISME COMME STRUCTURE NÉOCOLONIALE

La mise en œuvre de cette stratégie influence la perception générale et la normalisation de l'injustice, de l'exploitation systémique, dissimulant la complexité de ces dynamiques et soutenant l'aspect éphémère du don : « [c]lick, donate and forget »²⁵. Au fil du développement de ce modèle communicationnel sous-tendu par des logiques néolibérales, les femmes et les filles du Sud global sont façonnées comme le groupe social par excellence de la représentation dans l'aide humanitaire. L'augmentation de leur visibilité causée, entre autres, par l'essor de l'activisme, des discours politiques, des réseaux sociaux et de l'institutionnalisation du féminisme,

révèle comment de nouvelles logiques imprègnent les modes de communication humanitaire. Pour Lillie Chouliaraki, le post-humanitarisme constitue l'image des femmes et des filles du Sud en tant que nouvelles victimes idéales qui, grâce à l'autonomisation par le Nord global, finiront par avoir une vie meilleure. Le concept d'« empowerment » développé par l'Occident intronise la femme blanche et bourgeoise comme l'incarnation du paradigme féministe hégémonique à atteindre. En outre, dans une perspective coloniale, les discours post-humanitaires présentent les bénéficiaires de l'aide humanitaire comme des victimes des pratiques culturelles patriarcales, en les discriminant sur la base de la différenciation raciale/ethnique. Ainsi, ils reconstruisent et reproduisent l'imaginaire de la femme « pauvre », « du tiers monde » et de « l'opprimée » – en opposition à la féminité occidentale – qui a besoin de l'aide du Nord global pour être sauvée, tel une émulation du trope néocolonial : « si la féminité occidentale est construite comme la norme préférée, la féminité du Sud est dépeinte comme profondément façonnée par le patriarcat, la pauvreté et la victimisation, renforçant ainsi une frontière dichotomique entre « nous » et « eux » »²⁶. Cette structure néocoloniale est étroitement liée aux logiques néolibérales, car elle s'appuie sur le processus de corporatisation et de dépolitisation, créant un nouvel imaginaire de la victimisation tout en remettant en scène la différence.

25 Ofra Koffman, Shani Orgad and Rosalind Gill, «Girl power and selfie humanitarianism», *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 29 (2), 2015, pp. 157-168. DOI: 10.1080/10304312.2015.1022948.

26 *Ibid.*, p. 7.



A LORS, COMMENT DÉCOLONISER LA COMMUNICATION DE L'AIDE HUMANITAIRE ?

Dans la lignée des études décoloniales, il convient d'envisager l'existence d'autres récits discursifs qui subvertissent le régime de représentation en brisant le stéréotype de l'intérieur de la matrice²⁷. En d'autres termes, il existe des organisations, principalement locales, qui façonnent des récits de résistance. Le travail d'aide et la manière dont les organisations exercent les représentations correspondent à ce que Maldonado Torres appelle la tournée décoloniale²⁸ dans la construction d'un autre monde. Certaines photographies révèlent des manifestations insurrectionnelles d'autoreprésentation et des alternatives à celles qui s'inscrivent dans le cadre du système dominant. Un exemple est l'organisation Cocomacia, dont les photographies reflètent la nature pluridisciplinaire de son travail et de ses actions, mais surtout son travail en réseau²⁹. Contrairement au processus communicationnel des organisations internationales, il convient également de noter que les photographies qu'elles prennent sont réalisées dans une circularité locale, c'est-à-dire qu'elles sont prises par

elles-mêmes, d'elles-mêmes, pour elles-mêmes, rompant avec le cadre dominant et constituant un espace collectif hermétique qui évite les logiques néolibérales du post-humanitarisme³⁰. Il n'y a pas de volonté de s'inscrire dans le cadre dominant de la représentation, mais plutôt de construire ses propres histoires en se distanciant de l'utilisation de la représentation comme outil du capital. Cette articulation en communauté est défendue par les études décoloniales qui affirment, dans le cadre de la critique de l'exercice néolibéral actuel de la coopération internationale, une possibilité de construction d'une relation internationale entre le Nord et le Sud. La théoricienne Ochy Curiel, lors d'une conférence tenue à l'Agence andalouse de coopération internationale pour le développement³¹, soutient par exemple que la possibilité de construire une coalition internationale entre le Nord et le Sud nécessiterait, en fin de compte, l'exercice d'une autocritique par le Nord global de ses modes d'action, en l'occurrence en matière de communication. ❖

Cristina García Martínez,
Docteure en Études Hispaniques
(Université de Grenoble Alpes) et en
Sciences de l'Information et de la
Communication avec Perspective de
Genre (Université Rovira i Virgili).

27 Voir la note 13.

28 Nelson Maldonado Torres, «Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto», *In El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epidémica más allá del capitalismo global* (p. 127-169, 2007. Siglo del Hombre Editores).

29 Cette organisation a été l'objet de ma recherche doctorale. Il s'agit d'une organisation colombienne, située dans la région du Chocó, qui dispose d'une section « genre » et travaille sur les droits sociaux, économiques, politiques et territoriaux des femmes paysannes qui vivent dans la région. https://www.facebook.com/generococomacia/photos_bv?locale=es_LA

30 Cette organisation a été l'objet de ma recherche doctorale. Il s'agit d'une organisation colombienne, située dans la région du Chocó, qui dispose d'une section « genre » et travaille sur les droits sociaux, économiques, politiques et territoriaux des femmes paysannes qui vivent dans la région. https://www.facebook.com/generococomacia/photos_bv?locale=es_LA

31 Ochy Curiel, « Crítica de los movimientos descoloniales a la cooperación para el desarrollo » de Las Claves de Ochy Curiel. *Feminismo Descolonial*, 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=7ZSHqvKLANQ>

Groupe URD (Urgence – Réhabilitation – Développement), fondé en 1993, est un think-tank indépendant spécialisé dans l'analyse des pratiques et le développement de politiques pour l'action humanitaire et la gestion des fragilités. Son expertise pluridisciplinaire, nourrie par des allers-retours sur les terrains de crise et post-crise, lui permet d'appréhender le fonctionnement du secteur dans son ensemble. Attaché à l'échange de connaissances et à l'apprentissage collectif, il accompagne les acteurs de l'aide dans les processus d'amélioration de la qualité de leurs interventions.

www.urd.org

Humanitaires en mouvement - revue annuelle et bilingue – vise à partager les résultats de travaux et d'études liés à des problématiques qui nous semblent importantes et s'ancrent dans l'actualité du secteur.

La thématique proposée est souvent traitée durant les Universités d'automne de l'humanitaire qui précèdent, de sorte que cette revue s'inscrive dans la continuité et restitution des débats.

Retrouvez sur le site Internet des compléments de lecture et les articles des auteurs :

www.urd.org/fr/revue_humanitaires/

Publié dans le cadre du projet « Apprendre et innover face aux crises - Phase 3 » avec le soutien financier de :



Directrice de la publication : Véronique de Geoffroy
Comité éditorial de ce numéro : Johana Bretou-Klein, Anne-Marie Mounier et Jeanne Taisson
Coordinatrice : Jeanne Taisson

Photo de couverture : Assia dans le Hadjer Hadid (Ouaddaï, Tchad), un regard vers l'avenir ...

Imprimerie : Transcopy (Courthézon)
Maquette : foli-o

ISSN : 2261-7124
Dépôt légal : septembre 2012

