



Sous la présidence de Peter Mafany Musonge, la Commission nationale pour la promotion du bilinguisme et du multiculturalisme a entamé hier, 31 mars, la consultation de divers acteurs pour la réussite de l'opération lancée le 05 mars dernier.

Plusieurs années déjà que l'écho du disque de **la haine** raisonne. Et il s'amplifie avec le temps, distillant une mélodie agressive, dessinant le spectre de la division sur les murs de la société. **La Commission nationale pour la promotion du bilinguisme et du multiculturalisme** (Cnpbm) veut débrancher le gramophone, afin de mettre un terme à cette valse de la division et du rejet. C'est à cette fin que l'instance dirigée par **Peter Mafany Musonge** rencontre depuis hier, 31 mars à **Yaoundé**, divers acteurs pouvant lui permettre d'atteindre ses objectifs. Ces échanges font suite au lancement, le 05 mars dernier, d'une **campagne nationale de communication contre les discours de haine et la xénophobie**. Deux maux qui continuent d'étendre leurs tentacules, malgré les efforts des autorités pour enrayer leur progression.

Hier dans la matinée, la première rencontre a concerné quelques acteurs et structures en première ligne dans le secteur de la communication classique et électronique, ainsi que les télécommunications. Étaient ainsi représentés, **le ministère de la Communication, la Société de presse et d'édition du Cameroun, la Cameroon Radio Television, la Cameroon Telecommunications, Orange Cameroun, MTN Cameroon, Nexttel, l'Agence nationale**

des technologies de l'information et de la communication et le Conseil national de la Communication. Durant les échanges, ces partenaires ont formulé, chacun dans son domaine d'intervention, diverses propositions pour le succès de l'opération.

En dehors des couloirs classiques de communication, une offensive devra être lancée sur les médias sociaux, « canaux [privilégiés] de diffusion des messages haineux et des propos xénophobes. Il est donc judicieux d'utiliser les mêmes canaux pour les contrer », a estimé Peter Mafany Musonge dans son discours d'ouverture. Après les partenaires rencontrés dans la matinée, la Cnpbm s'est entretenue dans l'après-midi avec les directeurs de publication des journaux privés et les directeurs généraux des chaînes de télévision privées.

Ce mercredi 31 mars, ce sera au tour des organisations de la Société civile, les Organisations non-gouvernementales, des groupes de jeunes, ainsi que des associations œuvrant dans le domaine de la lutte contre le discours de haine et la xénophobie d'émettre leurs suggestions. Une implication du plus grand nombre qui devrait permettre à cette campagne censée durer trois mois d'atteindre les résultats escomptés. Après ce premier trimestre de mise en œuvre, une évaluation va déterminer la conduite à tenir pour la suite de l'opération.
