

Le leurre du dialogue social

Alain Deneault

Numéro 309, automne 2015

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/79188ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (imprimé)

1923-0915 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Deneault, A. (2015). Le leurre du dialogue social. *Liberté*, (309), 54–55.

ALAIN DENEULT

ZONE FRANCHE

Le leurre du dialogue social

La consultation publique comme stratégie de contrôle de la population.

« **I**L FAUT COMMENCER par interroger les rapports de pouvoir qui conditionnent et limitent les possibilités du dialogue », écrit Judith Butler. Partons de là. Le pouvoir, c'est d'abord celui de l'initiative, en l'occurrence la décision de mener des consultations auprès de populations concernées par des décisions qu'on cherche à prendre. Ce pouvoir s'exerce déjà lorsqu'une instance se présente comme consultante pour définir conséquemment comme « consultées » les personnes qu'elle vise. Partant, une firme d'exploitation, consultante, confrontée à l'obstacle que sont « les gens », se reconnaît le pouvoir d'arrêter une thématique, d'établir un questionnaire, d'identifier ceux et celles qui y répondront et, surtout, de se garder le monopole du portrait-robot qu'elle dressera de la communauté se prêtant au manège. Ainsi en va-t-il, à l'ère de la *gouvernance*, du « dialogue social ».

Certes, pour une pétrolière ou une minière, le « dialogue » avec la communauté relève du passage obligé. Afin d'obtenir un permis d'exploitation, la firme doit, dans plusieurs pays, tenir compte de ce qu'on désigne dans la novlangue du management comme du « contenu local ». Elle est donc tenue d'élaborer un plan de développement communautaire pour chaque site d'exploitation, ce qui lui permet, au coût dérisoire de travaux d'asphaltage, d'un dispensaire ou d'un orphelinat, d'amadouer les populations en déréliction aux abords de ses concessions. Comment les firmes sondent-elles ces populations ? La société pétrolière Total, par exemple, confie son travail d'approvisionnement des communautés à une firme spécialisée, Altermondo. Celle-ci est passée maître dans l'art de moduler l'échange avec les membres de collectivités de manière à tirer d'elles des renseignements. Sans jamais devoir les écouter. Tout est affaire de collecte de données, d'algorithmes, de classement,

de synthèse, d'analyse et de proposition. Cette technique autorise Total à ne dialoguer en réalité qu'avec elle-même.

Imaginons le titulaire de la « responsabilité sociale des entreprises » au sein de la firme pétrolière, d'intelligence avec le responsable du « Dialogue avec les communautés » et le représentant de la filiale dans le pays où l'enquête a lieu, identifier avec la firme de consultation sous-traitante les thèmes qui sont susceptibles de surgir dans l'opinion, tels que l'emploi au sein des communautés, l'enjeu écosystémique, la question de la santé publique, les installations de quartier, etc. Après avoir déterminé ces thèmes, la firme et sa sous-traitante dressent une liste des personnalités capables de la renseigner sur l'état d'esprit de la communauté où elle déboule. Des élus locaux, des médecins, des professeurs, une représentante de groupes de femmes, un leader syndical, entre autres têtes fortes. On en isole une trentaine et on les interviewe. L'entreprise sollicite elle-même les intervenants ciblés et les rencontres en compagnie d'un représentant de la firme de consultation. Vient alors le questionnaire auquel on les soumet. Chaque question, fermée, porte étroitement sur les thèmes définis au préalable ; les sondés n'ont pas le loisir de développer une pensée sur les politiques extractivistes, le bien-fondé de la présence de l'entreprise, le bien commun, l'imposition, etc.

Quoi qu'ils disent, on classe leurs réponses dans des cases numérotées entre un et quatre. Formulée dans les anglicismes de la gouvernance, la grammaire de cette

*Je ne t'entends jamais,
mais j'ai en main le document
légal de ta parole.*

pensée se trouve ainsi tordue : la partie prenante *x* s'estime « impactée » par les enjeux que la firme soulève de manière 1 – Faible, 2 – Moyenne, 3 – Forte, 4 – Critique. On inscrira « 4 » à la première question si la personne sondée se montre indifférente à ce que l'entreprise embauche des gens de la communauté, et ainsi de suite sur la protection d'une rivière, la santé publique ou le problème de la corruption politique. Ici, deux choses se trouvent exclusivement mesurées : la force de frappe des membres de la communauté sur l'entreprise et leur économie psychique. Rien de leur pensée ne demeure ; sur telle ou telle question n'est prise en compte que la charge affective qui accompagne leur position. Ne subsistera du processus managérial qu'une mesure abstraite sur la manière dont les « parties prenantes » sont « impactées [sic] » par le projet de l'entreprise, d'une part, et comment cette dernière, d'autre part, est également « impactée [resic] » par les parties prenantes.

Le caractère mensonger de ce qu'on s'entête à présenter comme un « dialogue » se vérifie au terme du processus.

Après la période d'entrevues qui dure habituellement une dizaine de jours, on invite ceux qui le veulent bien à se pointer à une réunion pour leur présenter la synthèse des résultats obtenus. Toute l'information récoltée se trouve là transformée en images, graphiques circulaires à secteurs, tableaux, courbes, saillant de diapositives informatiques – une pratique qui a pour effet d'aplanir les propositions aiguës et d'assourdir les notes discordantes. On tend alors à la population le miroir déformant de sa volonté. Après avoir fragmenté la communauté, on la reconstitue dans un modèle qui la rend méconnaissable.

La firme compile ensuite les résultats des entretiens. Elle s'est dotée du programme MOST (Management Operational Societal Tool) afin de « gérer les relations avec les parties prenantes, l'impact des activités gazières et pétrolières sur les communautés locales et notre contribution au développement économique et social ». Cela lui fait faire l'économie de la pensée. C'est que le logiciel prescrit lui-même les mesures et propositions que la firme soumettra à la communauté pour la satisfaire! L'instrument informatique s'adapte à toute situation. Il suggérera dans tel cas x la construction d'une piscine creusée collective et, selon les résultats, dans tel cas y, l'ouverture d'un dispensaire. Le plus souvent, on se contente de transférer des fonds à des gestionnaires de services satisfaisant aux « demandes » établies par les communautés dans le cadre du « dialogue ».

Cette méthode vise à mesurer l'écart observé entre les attentes d'une communauté envers l'entreprise et les attentes légitimes que l'entreprise estime pouvoir être celles des communautés. Elle tend aussi à réifier la volonté populaire en la subordonnant à un modèle qui la rend analphabète sur ses propres aspirations et sur l'état de son désir. Elle permet ensuite de garantir ce que dans la langue du management on nomme l'« acceptabilité sociale » et même de s'assurer une « bonne réputation » si la communauté concernée se croit née pour ce petit pain. Et si, d'aventure, les hostilités éclatent, on saura grâce à ce système sur qui peser, exactement, pour « gérer » le conflit. Total a même créé un outil baptisé le *Stakeholder Relationship Management* qui prétend mesurer en temps réel le « niveau d'exposition sociétale du projet et d'ajuster la stratégie sociétale ».

Je me souviens d'avoir entendu dans une cour de justice l'ex-vice-président aux affaires juridiques de Barrick Gold, Patrick Garver, déclarer à une juge que, pour la multinationale de l'or, sa « réputation » constituait un « actif » – *an asset*. Comme s'il n'y avait vraiment plus aucune limite à ce que l'on prétend pouvoir posséder, au prix même de parfaits contresens conceptuels, comme celui voulant que la réputation ne soit pas du fait libre de ceux qui la font, mais un acquis que l'on revendique comme tel...

N'est-il pas par-dessus tout étonnant, dans l'affaire, que la firme cherche d'abord et avant tout à se duper elle-même? Elle souhaite ne pas comprendre la communauté à laquelle elle s'adresse. Processus pervers par excellence, elle s'assure le contrôle de la parole de l'autre tout en l'occultant pour elle-même. Maître de la fausse conscience, elle ne s'empêchera pas pour autant d'attribuer à l'autre le fait de

AU QUÉBEC, le gouvernement a mis lui-même son poids dans la balance. Soit il délègue les amuseurs publics de l'Institut du Nouveau Monde pour donner l'impression à la population qu'il se soucie de son point de vue sur les recommandations téléguidées du consultant Luc Godbout, fort accessoirement professeur d'université, soit il multiplie les séances de consultation sur mille et un sujets, à régler à raison de cinq minutes par intervenant et préférablement en ligne, pour se dédouaner à son tour de ses obligations politiques. Il s'agit dans tous les cas, au nom de cet autre barbarisme qu'est « l'acceptabilité sociale », de faire entrer dans le gosier du peuple des mesures, recommandations et projets en tant qu'ils seraient historiquement nécessaires. Jouant de grands mots tels que *rationalité* et *lucidité*, on aura tôt fait après coup, à Québec comme à Ottawa, de qualifier d'hérétiques ceux et celles qui persistent à s'opposer à la marche programmée de la grande industrie, jusqu'à les menacer de poursuites judiciaires, à les priver de leurs droits au nom de la lutte contre le terrorisme et à les espionner indûment.

cette parole factice. *Je ne t'entends jamais, mais j'ai en main le document légal de ta parole*. Pour le reste, les rumeurs vont bon train. Se peut-il, en cas de résultats contraires aux attentes, que les responsables d'une filiale les tripatouillent pour éviter les foudres de la maison-mère? Qui les en empêche? Qui vérifie? Les fruits de la « participation » relèvent de toute façon d'une construction.

De surcroît, sous couvert de « dialogue social », les firmes qui mènent le bal se découvrent en position de diriger des opérations de renseignement. Elles se trouvent à même d'établir un classement désignant qui, dans une communauté, représente une menace pour l'entreprise, et ce, toujours selon la même numérotation, 1 – Faible, 2 – Moyenne, 3 – Forte, 4 – Critique. Elles sont alors en mesure de jauger la capacité de nuisance de ses membres, par exemple du point de vue de leur « réputation » ou de l'accès à leurs installations. Elles peuvent dès lors établir des banques de données stratégiques et éventuellement commander elles-mêmes des opérations de sécurité. La pression sera alors mise sur « les 3 ou les 4 », dira-t-on dans le milieu. On saura à terme qui il faut traîner devant les tribunaux, au criminel pour sédition, au civil pour diffamation, de façon à mettre au ban, voire en prison les esprits libres. Dans le pire des cas, comme au Guatemala concernant l'exploitation d'une mine par la Canadienne Goldcorp, ces méthodes permettront de déterminer rapidement qui il faudra cibler en cas d'attentats. **L**

Alain Deneault est essayiste.