Communication et organisation

Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle

52 | 2017

Communauté, sociabilité et bien commun: approche internationale

Bonnes pratiques de relations publiques avec les communautés. Approches éthiques, participation et développement local

Good practices of Public Relations with Communities. Ethical approaches, participation and local development

Buenas prácticas de Relaciones Públicas con las Comunidades. Enfoques éticos, participación y desarrollo local

Boas práticas de Relações Públicas com as Comunidades. Abordagens éticas, participação e desenvolvimento local

Cicilia M. Krohling Peruzzo

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/5673>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.5673

ISBN : 979-10-300-0257-7

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2017

Pagination : 71-84

ISBN : 979-10-300-0163-1

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Cicilia M. Krohling Peruzzo, « Bonnes pratiques de relations publiques avec les communautés. Approches éthiques, participation et développement local », *Communication et organisation* [En ligne], 52 | 2017, mis en ligne le 01 décembre 2020, consulté le 06 janvier 2022. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/5673> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.5673>

Bonnes pratiques de relations publiques avec les communautés. Approches éthiques, participation et développement local¹

Cicilia M. Krohling Peruzzo²

Introduction

Les Relations Publiques Communautaires ne sont pas un sujet récent de discussion, mais le concept est encore actuel et controversé. L'actualité de cette thématique peut être justifiée par le fait que les relations entre les corporations et les communautés qui les entourent exigent constamment de nouvelles positions face au défi du développement durable et des demandes sociocommunautaires. Il s'agit aussi d'un sujet controversé dans la mesure où les opinions concernant l'engagement des entreprises avec les communautés oscillent entre des positions éthiquement basées sur la responsabilité sociale et des positions qui affichent, sans plus, une bonne conscience dès lors qu'elles ne reconnaissent pas les communautés en tant que partenaires d'interlocution et maintiennent intouchables la suprématie organisationnelle liée aux intérêts corporatifs les pratiques d'intervention auprès des différents publics.

L'objectif de ce texte est de discuter quelques paramètres de performance des Relations Publiques auprès des communautés et dans le contexte du secteur économique de services et agence des organisations non gouvernementales en privilégiant la contribution effective que les organisations peuvent apporter au développement social, en lien avec le bien commun. Il s'agit d'une approche basée sur la recherche bibliographique, mais qui prend comme point de départ la réalité brésilienne en tant que contexte dans lequel il est possible d'observer

1 Une première version de ce texte a été présentée au «I Seminário de Responsabilidade Social da Petrobrás», le 9 mai 2013, qui a eu lieu au CENPES, Rio de Janeiro-RJ. Une deuxième version a paru avec le titre «Pressupostos de boas práticas de Relações Públicas com as Comunidades. Relação entre ética, participação e desenvolvimento local» publié par la revue *Organicom*, v. 14, n. 28, p. 19-31, 2017. Droit de reproduction accordé pour la revue *Communication & Organisation* n° 52.

2 Docteur en Sciences de la Communication – Université São Paulo (ECA-USP) Professeur du Programme de Post-Graduation en Communication Sociale, à l'Université Metodista de São Paulo. Auteur des livres : «Relations publiques dans le mode de production capitaliste». «Communication dans les mouvements» populaires et «Télévision Communautaire»; kperuzzo@uol.com.br

les pratiques des entreprises pour les articuler aux perspectives théoriques de la Communication Organisationnelle et des Relations Publiques Communautaires.

Aspects contextuels

La question des relations des entreprises avec les « communautés » est généralement traitée selon les intérêts immédiats des entreprises, dans le but d'obtenir, dans les localités où elles s'implantent, un consensus favorable à leur stratégie. Pour ce faire, les entreprises utilisent fréquemment des stratégies de création de liens, spécialement commandées par les relations publiques, à partir d'une intégration entre la communication institutionnelle, le soutien à la réalisation des événements culturels, sportifs, etc., et les investissements dans des projets de promotion sociale (intervention concrète dans la réalité)³.

L'implication des entreprises dans le quotidien des communautés au Brésil a pris, au fil des dernières années, une place centrale dans les exigences liées à la « responsabilité sociale » des entreprises, institutions et fondations devant leurs multiples publics. L'aide à la réalisation de ce type de projet et à sa mise en place par les organisations et entreprises – en tant que partie des activités consacrées aux programmes privées de Responsabilité Sociale –, est stimulé par des instituts corporatifs, comme l'Institut Ethos. Ce type de collaboration est perçu comme une action qui a pour but d'amoindrir les graves problèmes socioéconomiques et culturels auxquels les populations urbaines doivent faire face. Les inégalités sont dues à plusieurs facteurs, comme l'exploitation du capital selon les paramètres expropriateurs de la valeur du travail – pratique historique d'aliénation du travailleur – et les idéologies qui naturalisent les idéologies méritocratiques et rendent invisibles les asymétries des pouvoirs. Certes, le capital contribue au développement du pays mais, dans le même temps, il engendre des injustices et des contradictions préjudiciables à la vie en société. Il est possible de donner des exemples comme la faible rémunération⁴ de certaines catégories de travailleurs, le manque de postes de travail, l'absence d'une distribution équitable de la richesse, la relation prédatrice avec l'environnement entre autres. Cette situation implique l'augmentation de la misère (pauvreté économique et politique, culture concurrentielle, violente et basée sur le consumérisme) qui déchire le tissu social et compromet l'avenir de la nation et de la planète. Mais, en même temps, il permet d'interpeller les entreprises, les citoyens, les mouvements sociaux et les gouvernements pour les inciter à agir au nom du bien collectif.

3 Ces investissements ont lieu en général dans des Programmes d'Assistance Sociale ou d'Éducation avec le but d'améliorer les conditions de vie et la formation pour la citoyenneté, surtout des enfants, des adolescents et des jeunes, par le moyen d'activités éducatives, culturelles, sportifs et artistiques.

4 Rémunération qui n'est pas suffisante pour répondre aux demandes fondamentales de survie du travailleur et de sa famille.

Dans le monde des entreprises, la réponse à l'incitation à agir au profit des cultures corporatives et des actions encadrées comme la « responsabilité sociale » a occasionné des effets bénéfiques aux organisations elles-mêmes et à la société. Il faut pourtant mentionner que le discours institutionnel et commercial est souvent plus séducteur et cohérent que les pratiques, dans la mesure où ils camouflent l'absence d'éthique dans les conditions concrètes et leur fausse validité pour les communautés impliquées.

La responsabilité sociale d'une entreprise ne se résume pas uniquement au soutien et à l'engagement dans des programmes sociaux. Son spectre d'action est plus vaste que le discours associé à cette expression, surtout depuis sa consécration dans les années 1990. La responsabilité sociale va bien au-delà des apparences : elle inclut une prise de position éthique en relation à toutes les politiques et actions d'une entreprise, la qualité de ses produits et des services qu'elle offre à la société, l'observation des lois, la rémunération juste et le respect aux droits des collaborateurs, le paiement d'impôts entre autres.

C'est conformément à ce scénario que plusieurs acteurs sociaux et principalement les corporations tournées vers le commerce agissent pour faire face à des graves problèmes sociaux. Mais, comme nous avons déjà souligné ailleurs (Peruzzo 2007 : 10), au contraire de ce qui apparaît à la surface des discours des entreprises, aucune, parmi celles qui développent des programmes de soutien au développement social, ne fonde son action sur

[...] des altruismes personnels et institutionnels, mais dans des stratégies destinées à assurer la continuité des relations capitalistes de production et, par conséquent, la permanence de l'entreprise dans le marché concurrentiel. Il s'agit d'investir sur le consensus social pour l'accomplissement des objectifs commerciaux, ce qui peut être obtenu plus efficacement avec l'aide de propositions institutionnelles qui amoindrit les possibles interférences non désirées auprès de la société, comme la pollution, les maladies du travail, l'exploitation de l'environnement, entre autres. Il y a toujours le désir de dépasser la performance de la concurrence pour maintenir confortablement la génération de profits.

La motivation de fond des entreprises est donc d'assurer leurs propres intérêts à court et à long terme : ce qui est légitime, mais pour ce faire, il faut que l'entreprise justifie et rende légitime sa présence dans le monde, surtout si elle bénéficie de richesses naturelles. Si elle intervient dans le milieu où elle opère, elle doit aussi rendre compte de ces actions et préparer une forme de contre-don. Nous avons ainsi une autre composante dans ce processus : l'éthique établie à partir des intérêts collectifs. Certaines organisations sont incitées à collaborer ou bien incitent elles-mêmes à collaborer pour la résolution de problèmes et antagonismes qui touchent à la société, à commencer par les conflits dans les communautés dans l'environnement des organisations, ce qui se manifeste comme l'une des pratiques constantes.

Néanmoins, il y a d'autres manières de collaborer qui se présentent toujours comme des pratiques d'intervention. L'intervention des entreprises dans les communautés peut prendre trois formes différentes. La première se résume à un simulacre d'insertion : elle investit sur une chose quelconque uniquement pour justifier des discours publics propagandistes dont l'objectif est d'affirmer que, dans l'entreprise en question, la responsabilité sociale est mise en pratique. Ces positions sont fortement anti-éthiques et dont les effets tendent à être temporaires et facilement réfutables par les pratiques elles-mêmes.

Une autre façon d'intervention des entreprises dans la vie des communautés d'entourage est l'insertion concrète dans le quotidien des gens. Cette insertion prend généralement la forme de programmes sociaux et/ou de l'établissement de mécanismes de participation (Conseil communautaire, par exemple) de caractère envahissant et pseudo-transformateur parce qu'il coopte les leaders et renforce le clientélisme en nourrissant des mécanismes de manipulation et de dépendance au bénéfice de l'entreprise et de ces profits. La troisième manière, la seule à s'engager effectivement dans la tâche de construire un avenir partagé est celle qui est intéressée à contribuer au changement effectif des conditions qui engendrent la pauvreté économique, politique, scolaire et culturelle. À notre avis, des programmes qui s'inscrivent dans cette dernière perspective sont ceux qui contribuent le plus aux transformations durables en considérant l'intérêt public en tant que stratégie et en assurant en même temps les intérêts immédiats et futurs de l'organisation.

La mise en œuvre de programmes ainsi caractérisés implique le développement de nouvelles positions basées sur des présupposés moraux qui dépassent les intérêts immédiats des entreprises et insistent sur la priorité de l'intérêt collectif, comme le respect de la nature et des droits humains. Les Relations Publiques agissent dans ce contexte et ainsi elles ne peuvent pas être placées au-dessus des pratiques des entreprises, bien qu'elles soient tentées de le faire croire. Le point de départ pour ces nouvelles pratiques d'entreprise doit être fondé sur la conviction selon laquelle l'actuel « modèle » de développement donne déjà des signes d'épuisement et requiert la mise en œuvre d'une nouvelle politique de gouvernement.

Quel développement ?

La notion de développement ne peut pas être prise uniquement comme synonyme de croissance économique et d'un grand développement technologique ou bien, en un mot, du progrès. Il ne faut pas non plus la confondre avec la seule prospérité des entreprises. Le concept a du sens quand il s'agit de favoriser le bien-être des personnes et de la « communauté ».

Depuis les années 1960, la conception théorique de développement qui a majoritairement influencé l'expansion du capital et les politiques publiques dans le monde, particulièrement dans l'Amérique latine, est celle de la modernisation. Elle a guidé les relations entre les pays occidentaux riches

et les pays pauvres autour du monde à partir de la prémisse selon laquelle il fallait moderniser (industrialiser) les sociétés peu développées en suivant le modèle d'industrialisation des nations auto-désignées comme modèles de progrès et guidées par les États-Unis et les pays européens. Pour ce faire, cette conception se base sur la diffusion d'innovations technologiques, de produits, de services et de la culture sociopolitique. Ce qui présuppose que les nations vues comme « sous-développées » auraient fait le même chemin que celui des pays riches pour atteindre le développement.

De ce point de vue, la discussion ne prenait pas en compte la culture et d'autres spécificités des conditions locales des différentes nations. En vrai, l'objectif principal des multinationales, représentées aussi dans l'État, était d'élargir le marché consommateur pour offrir leurs propres produits et services, sans considérer les possibles conséquences impropres, voire même néfastes, de certaines pratiques pour les populations locales et pour l'écologie régionale et de la planète.

Les initiatives mises en œuvre à partir de ces principes ont favorisé le progrès dans plusieurs secteurs en créant des créneaux de développement. Pourtant, elles ont aussi laissé des traces de leurs échecs surtout liées à l'inégalité socioéconomique, à la destruction de l'environnement et aux multiples contradictions défavorables aux pays appauvris.

Cette situation a été favorable à l'élaboration de la théorie de la dépendance, inspirée par Paul Barán (1964)⁵, pour qui « les principaux obstacles du développement ne sont pas le manque de capital et de capacité gestionnaire, comme soutiennent les théoriciens de la modernisation, mais [...] que le développement du centre détermine et perpétue le sous-développement de la périphérie » (Servaes 2004 : 31).

Au fil du temps, d'autres propositions de développement sont mises en place et reçoivent diverses dénominations, tels que « développement soutenable, développement humain, développement local, développement endogène, développement social, alternatif, communautaire, autonome... ». Ou encore écodéveloppement, développement durable (Cimadevilla 2004: 121) et développement participatif. Selon l'auteur, tous ces concepts sont génériques et opèrent fréquemment comme des pléonasmes.

Parmi ces usages, nous soulignons le concept de « développement soutenable » qui représente une réponse au capitalisme prédateur des ressources naturelles et des relations intersubjectives dans les sociétés. La proposition du développement durable apparaît à l'intérieur même du capitalisme et proclame la nécessité d'un « engagement non seulement pour conjuguer croissance et développement en tant que moyen et fin, mais principalement pour faire le lien entre progrès et conservation environnementale » (Démon 1996:14). Elle a, comme l'un de leurs fondements principaux la constitution, par l'Assemblée

5 Voir F. H. Cardoso, E. Faletto, *Dependência e desenvolvimento na América Latina*, ensaio de interpretação sociológica, 6.ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1981.

des Nations Unies en 1983, de la Commission Mondiale sur Développement et Environnement (CMDMA), qui, après trois ans de travail, a produit l'Informe Brundtland⁶, approuvé par la même Assemblée en 1987. Informe souligne que

[...] le développement soutenable cherche à faire attention aux nécessités et aspirations du présent sans compromettre la possibilité de les rendre en considération dans l'avenir. Loin de désirer la fin de la croissance économique, ce type de développement reconnaît que les problèmes attachés à la pauvreté et au sous-développement peuvent être décidés uniquement par une nouvelle ère de croissance dans laquelle les pays en développement jouent un rôle important et obtiennent de grands bénéfices (Notre avenir commun 1991 : 43-44).

D'autre part, nous soulignons qu'une autre théorie, celle du développement participatif, avance comme idée centrale l'inexistence d'un format de développement qui puisse être universel, mais impose que ce format soit conçu en tant qu'un processus participatif, intégral et soutenable capable de différer d'une société à l'autre (Servaes 2004), construit socialement à partir de la spécificité de chaque territoire.

Meilleures pratiques pour la présence éthique responsable au troisième secteur

Les meilleures pratiques de gestion tournées vers la communication dans les organisations se basent sur les prémisses suivantes:

Présence avec responsabilisation

Il s'agit d'une performance basée sur des positions et des actions légales et moralement responsables, dans tous les secteurs – de la production à la commercialisation y compris les relations avec les employés –, mais ici nous soulignons ce qui touche à des procédures d'intervention dans les « communautés » de l'entourage. Cette modalité de présence signifie aussi que les intentions et les réalisations sont soutenues par la qualité éthique et juridique qui privilégie les intérêts humains de la collectivité. Dans l'organisation, ce type de performance joue un rôle important, par exemple offrir des produits ou des services, prendre des décisions, agir dans les communautés et, bien entendu, dans la société dans son ensemble. Il est attendu que l'organisation prenne la responsabilité par ses actes et rende compte de ses décisions devant le collectif. Il s'agit du processus nommé *accountability*, dont le sens plus proche et littéral peut être « responsabilisation ».

De nos jours toute organisation, qu'elle soit publique ou privée, entreprise ou institution gouvernementale, avec ou sans fins lucratives, doit avoir une

⁶ Titre de la publication, *Our Common Future*, L'édition brésilienne (*Nosso futuro comum*) fut publiée en 1991 par la Fundação Getúlio Vargas.

performance conforme à des principes éthiques guidés par les intérêts de la collectivité. Cet argument est à la base d'un mouvement favorable à la responsabilité sociale, du développement soutenable et participatif. Dans ce cadre, les organisations doivent assurer leur présence responsable et « *accountable* » au monde pour atteindre la possibilité d'un avenir, sans oublier de profiter des opportunités du présent et d'avoir le bien vivre comme horizon.

Il ne s'agit pas de voir comment l'entreprise fait une chose et dit le contraire, mais de prendre une position et agir de manière irréfutable. Les secteurs de relations publiques et de communication des organisations réussissent à fonder l'organisation de manière soutenable sur des bases constituées par l'*accountability*. Les pseudos discours ne durent pas infiniment. Les changements qui se produisent dans le monde révèlent l'existence d'une société plus exigeante, malgré l'existence de créneaux peu mobilisés et maniables, qui demandent des produits/services et des positions irréfutables et politiquement respectueuses des droits de la collectivité.

Respect pour les singularités locales

Il n'y a pas une seule norme d'intervention qui ne puisse être employée dans une diversité de réalités locales. La connaissance approfondie à propos du lieu et de l'adéquation des projets à ses spécificités est donc une condition souhaitable dans l'efficacité de l'action pour les deux parties engagées, l'entreprise et la communauté. L'élaboration des projets dépend des niveaux de conscience sociale et d'organisation communautaire du point de vue des méthodologies et de leurs finalités. Des actions basiques de mobilisation et d'assistance sont parfois nécessaires – ce qui ne veut pas dire qu'elles doivent s'éterniser dans ces moules – mais il existe déjà des communautés organisées dans lesquelles le plus approprié serait d'établir des partenariats à partir des associations communautaires et d'autres organisations civiles sans fins lucratives déjà constituées. Nous soulignons ici plus directement les politiques et pratiques d'entreprises et/ou à leurs organisations semblables, comme des instituts et des fondations d'entreprises, dans les localités où ils agissent, mais ces prémisses sont valables pour le pouvoir public et toute autre organisation qui développent des programmes de développement durable auprès du troisième secteur.

Les communautés sont des êtres vivants et agissent dans d'innombrables localités brésiliennes. Ainsi les concepts traditionnels de la communauté et la vision de la communauté dans la théorie classique de Relations Publiques ne répondent pas aux nécessités de nouvelles postures et engagements institutionnels. Dans cette perspective théorique, la communauté « signifie le public qui vit où l'entreprise se localise. [...] Si elle se localise dans une grande ville, le concept de communauté doit se restreindre au quartier où elle est placée. Si la ville est petite, la communauté de l'entreprise peut être la

ville elle-même » (Penteadó 1978 : 59-60). L'interprétation stricte de ce type de vision induit à réitérer les positions de ceux qui sont extérieurs et voient la « communauté » comme une entité conforme aux volontés et au type de réputation désirés par les corporations.

La communauté ne traduit pas simplement la notion de proximité géographique, des conditions environnementales particulières, ni un agrégat de personnes, d'institutions, d'équipements publics et les autres formes et moyens constitutifs des manières possibles de créer des liens sociaux et de profiter de leurs dons dans une réalité spécifique. La communauté ne se constitue pas par le fait d'être proche. Elle prend sa forme par l'existence de « choses » en commun, telles que les identités culturelles, les traditions, l'histoire collective, les spécificités sociales, les manières de vivre, les intérêts et problèmes en commun, les actions coordonnées, etc. Elle peut avoir quelques aspects hérités, mais elle peut aussi se former sur la base des choix faits par leurs membres et du développement d'aptitudes associatives et solidaires en commun.

En cette perspective, la finalité d'une intervention éthique auprès des communautés est, à mon avis et en dernière instance, la promotion de la personne et de la collectivité par le respect des droits humains et des droits des peuples au développement durable de leur vie actuelle et future. Les finalités immédiates et de longue durée de ce type d'intervention prennent appui sur les attentes concrètes de chaque communauté, censées aptes à les définir et les exprimer. Implémenter, par exemple, un programme d'artisanat en bois n'est pas efficace si la vocation de la communauté est tournée vers la pêche. Ce n'est pas productif d'implémenter des projets de construction d'habitations élaborés à partir d'une connaissance issue d'une situation éloignée des expériences et du savoir de populations déplacées à cause, par exemple, de l'installation de parcs productifs ou de transport de produits. Il s'agit donc de respecter les cultures, les conditions et les intérêts des populations locales.

Ceci ne signifie pas la pérennisation de l'ignorance ni simplement la conservation des valeurs culturelles dégradables de la condition humaine et de la solidarité, dans l'hypothèse où elles existent encore. Nous faisons seulement mention des situations dans lesquelles il y a des groupes organisés autour de la violence et du trafic de drogues, ainsi qu'à celles où le niveau de conscience sociale et politique et d'organisation populaire sont inexistantes ou embryonnaires. En ce dernier cas, la question est de savoir partir de situations difficiles et pousser lentement la communauté vers la transformation et le développement politique et culturel. Tout cela n'est pas bien sûr à charge directe de l'entreprise – d'où la pertinence de liens et des soutiens donnés à des organisations de base locale pour qu'elles-mêmes puissent mettre en pratique le plan de développement durable. Ces liens sont, bien entendu, établis non pour coopter les organisations locales ou les ajuster aux intérêts égoïstes des entreprises ou des objectifs

politico gouvernementaux, mais pour s'inscrire dans ce moment historique que requièrent des transformations pour construire et protéger le bien commun. Les liens entre entreprise et communautés doivent avoir comme guide le geste de respecter et de savoir écouter les syndicats, les associations et les mouvements sociaux populaires au lieu de les craindre ou d'essayer de les désarticuler et démobiliser.

L'objectif de réaliser des intérêts particuliers dans le marché et le profit est par principe légitime comme le souligne Casali (2008). Toute entreprise garde et défend ses droits, qu'ils soient

[...] économiques, sociaux, politiques, culturels. Mais la défense corporative de ces droits et intérêts est toujours à une étape de la pire dégénération qui peut lui arriver: celle de d'autopoiesis, en ignorant la communauté et la société dans son entourage, en ignorant le pays, en confondant la lutte pour obtenir des droits avec la conquête d'avantages (intérêts). Cela caractérise ce qu'on appelle le corporatisme, la maladie éthique des sociétés. Dans plusieurs pays, dont le Brésil, la loi définit le principe de la valeur et de la fonction sociale de la propriété comme précédent à sa valeur et sa fonction particulière (Articles 185 et 186) (Casali 2008 : 52).

Actuellement les pratiques de bonnes conduites employées particulièrement dans la relation des organisations avec les communautés exigent un ancrage dans des principes éthiques comme un moyen de faire référence à l'universalité. Ces pratiques requièrent une articulation étroite avec les intérêts collectifs locaux, nationaux et universels, parce que le réseau de réciprocités et les interdépendances entre des institutions, la nature et les êtres humains sont de plus en plus complexes. Les processus de densification des liens nous montrent que la société est dynamique et transite de l'accommodation aux réactions proactives. Les forces civiles (les communautés, les consommateurs, les mouvements sociaux) se développent à travers la réflexivité politique tout en investissant dans leur pouvoir de pression et de visibilité publique. De nos jours l'utilisation de l'étiquette « verte », la réalisation d'initiatives directes ou d'aide à des projets de promotion sociale, et aussi l'usage fréquent de l'étiquette « entreprise citoyenne » en tant que stratégie de marketing n'arrive pas à convaincre les consommateurs et, pire encore, peut provoquer des dégâts collatéraux et toucher négativement la réputation institutionnelle.

Participation populaire active

Une fois insérées dans les communautés, les institutions doivent jouer le rôle attendu pour développer n'importe quel type d'activité dans leur intérêt. Si le présupposé partagé est celui d'assurer une proposition de développement participatif, ce rôle doit permettre les conditions de participation active et indépendante pour la population et les représentants légitimes des associations et des entités communautaires sans finalités d'obtention de profit. Ce

modèle ne comporte donc pas la manipulation ou l'utilisation d'associations et les communautés pour camoufler des attitudes des entreprises tournées uniquement vers l'objectif de faire l'affaire prospérer et, pour ce faire, agissent localement juste pour susciter l'adhésion à des projets développés unilatéralement, mais enrobés d'une étiquette participative ou communautaire.

Quand les entreprises promeuvent la création de Conseils communautaires ou d'autres agences collégiales, par exemple, il s'agit de mettre en jeu une forme de participation populaire souvent contrôlée et manipulée par la suprématie des agents institutionnels locaux qui contrôlent l'accès à la prise de parole, mais aussi par les leaders communautaires, avec la finalité de les ajuster à leurs propres intérêts. Pour ce faire ils emploient souvent de techniques attractives comme le contrat des individus locaux en tant qu'employés ou l'offre d'autres faveurs. Les stratégies de cooptation sont aussi des forts moyens pour avoir des alliés, mais qui compromettent la réputation et la responsabilité sociale des entreprises. Les entreprises prennent soin de faire avancer l'implémentation de programmes et des actions de responsabilisation moralement et éthiquement irréprochables du point de vue des intérêts collectifs et de l'universalité.

L'implication de leaders comme moyen de démobiliser des actions civiques d'intérêt collectif est méprisable du point de vue éthique. Cette action signifie l'exploitation des faiblesses humaines dans l'intérêt corporatif détaché du bien collectif. Elle remet aussi à la position de ne pas vouloir changer pour conserver le pouvoir et l'ordre discursif, ce qui n'est pas éthique ni juste ou bénéfique pour la personne et pour la société. L'institution de conseils communautaires, par exemple, comme mentionné auparavant, en général perçus en tant qu'espaces démocratiques de participation communautaire, tendent à être un espace de participation, mais pas souvent démocratique, puisque leurs principes et pratiques se basent sur des relations de manipulation et d'échange de faveurs, ce qui produit des relations de dépendance politique et l'affaiblissement de l'action communautaire.

Il faut laisser de côté les actions stratégiques (orientées vers un but précis) des entreprises, afin de montrer qu'elles peuvent être plus intelligentes en élaborant un tableau réel de la situation locale au moyen de la participation libre, indépendante et consciente de représentants légitimes de la population. Mais, les relations publiques ou la communication organisationnelle ne produisent pas par elles seules la responsabilisation. Celle-ci est une question de culture organisationnelle et du positionnement corporatif de l'entreprise dans la société. Les relations publiques tendent à réfléchir la plate-forme institutionnelle sur laquelle ces relations se modèlent, mais ils existent toujours des surpassements possibles.

La notion de participation active fait mention à l'exercice du pouvoir partagé, au respect aux divergences et la stimulation de l'agence protagoniste des communautés. La participation implique la constitution collective de processus qui développent la citoyenneté à travers *l'empowerment* social.

Néanmoins, le concept d'*empowerment* dans le sens du raisonnement ici développé n'est pas compris comme l'action de « donner pouvoir », comme affirment en général les programmes de développement des agences internationales, mais il s'inscrit dans la compréhension de Paulo Freire (1979, 1981). Dans cette perspective, *empowerment* se rapporte au processus d'émancipation où les personnes elles-mêmes s'aperçoivent en tant que sujets politiques par la conquête d'un lieu d'énonciation, de prise de parole et de la capacité de discernement et de décision. Ainsi les sujets acquièrent les moyens nécessaires pour agir en tant que protagonistes des processus d'organisation populaire et communautaire.

La distribution de donations⁷ faite par les organisations est parfois nécessaire. Cependant, ce qui n'est pas acceptable est l'échange de faveurs et la manipulation des idées et des volontés. Il s'agit de coexister avec la diversité, de prendre acte de la différence, de prendre au sérieux ses demandes et de soutenir son auto-organisation communautaire. Ainsi il est possible d'observer un changement des paramètres traditionnels qui orientent la constitution de liens avec les publics et spécialement avec la communauté.

La réalisation des intérêts entrepreneurs n'est pas liée aux droits humains, à l'amélioration de la qualité de vie des « communautés », des consommateurs et des employés de l'entreprise. Avant le droit de l'entreprise, s'imposent le droit de citoyenneté et la nécessité de développer la civilité. Le développement du profit ne dépend pas de l'expropriation destructive de l'environnement et de la force de travail ni de positions destructives des relations sociales. Le sauvetage de la dette sociale est un droit de la société brésilienne. Le défi qui s'impose est la construction d'un modèle de développement qui considère l'être humain et la collectivité comme force motrice et comme destinataires de leurs dons et contributions.

Conclusion

L'établissement de conditions susceptibles de garantir l'engagement social et politique des organisations, de manière stable et responsable, devant l'ensemble territorial des communautés concernées est un geste central de l'éthique de la responsabilité. L'engagement efficace des communautés est mis en œuvre quand les programmes d'intervention auprès des communautés respectent et interconnectent les trois prémisses auparavant discutées : présence avec responsabilisation, respect aux spécificités culturelles locales et participation populaire active. En ce sens, une praxis se déploie dans l'ensemble des rapports pour nier la manipulation de l'autre. Elle va nier les stratégies du « faire semblant » et le clientélisme parce que ses racines s'appuient sur des

⁷ Nous ne faisons pas référence uniquement aux dons de certains biens, souvent nécessaires à la survie des populations les plus appauvries, mais aussi au don d'autres choses pour avoir en contrepartie le silence ou le consensus devant une situation donnée.

principes moraux tournés vers le développement durable de l'environnement, de la politique, du social et du culturel.

Le processus de responsabilisation met en évidence l'« intégration des dynamiques de marché avec les dynamiques sociales et culturelles, et de retrouvailles de la voie du développement durable » (Casali 2008 : 50). L'intérêt des élites institutionnelles et des publics attachés à la gestion des affaires de l'organisation n'est pas non plus au centre des débats, mais celui de la collectivité, des sujets politiques et civiques qui sont en quête d'un horizon moral collectif, basé sur l'universalité des principes auparavant mentionnés. Il s'agit d'une éthique placée historiquement au présent, c'est-à-dire de la création d'« un ensemble de références, principes et dispositions tournés vers l'action pour baliser les actions humaines entre ce que fait la distinction entre correct et incorrect, bon et mal, juste et injuste » (Casali 2008 : 53). La morale compose donc le cadre de référence de particularités culturelles, institutionnelles et individuelles pour modeler les conduites des citoyens, tandis que l'éthique est, en même temps, une théorie critique et une réflexion judicieuse sur le comportement moral.

Il y a une dette sociale concernant l'environnement, la population appauvrie (soumise à des conditions inhumaines d'existence) et aussi une société marquée par une violence caractérisée par la pauvreté liée à l'expropriation incommensurable de la valeur ajoutée et du manque conséquent de perspectives de développement scolaire et culturel d'une grande partie de la population. Il est possible de voir le passage entre le jugement moral qui a donné origine à cette forme de violence et la nécessité d'élaborer des politiques et de positions éthiques pour son dépassement. Les droits de citoyenneté précèdent le droit de l'entreprise et requièrent le développement de la courtoisie et de la civilité. Il faut croire qu'il est encore possible d'obtenir du succès en agissant éthiquement pour le bien commun.

Bibliographie

CASALI Alípio, 2008, Ética e sustentabilidade nas relações públicas. *Organicom*, Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. São Paulo, a.5, n. 8, p. 48-58.

CIMADEVILLA G., 2004, *Crítica a la razón intervencionista, la comunicación y el desarrollo sustentable*, Buenos Aires, PrometeoLibros.

DEMO P., 1996, *Combate à pobreza: desenvolvimento como oportunidade*, Campinas, Autores Associados.

FREIRE Paulo, *Conscientização*, São Paulo, Cortez, 1979.

— *Educação como prática da liberdade*, 12. ed. São Paulo, Paz e Terra, 1981.

Nosso Futuro Comum, Relatório Brundtland. 2. ed. Rio de Janeiro, FGV, 1981.

SERVAES Jan, 2004, Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. *Revista Comunicação Midiática*, Revista Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP (Bauru), a.1, n. 1-2, p. 19-53.

PENTEADO J. W., 1978, *Relações públicas nas empresas modernas*, São Paulo, Pioneira.

PERUZZO C. M. K., 2002, *Comunicação em tempo de redes*, in Peruzzo C. M. K., COGO Denise, KAPLÚN Gabriel, *Comunicación y movimientos populares: ¿Quais redes?*. Porto Alegre, Editora Unisinos, p. 275-298.

PERUZZO Cícilia M. K., 2007, Terceiro setor e comunicação, in DUARTE J. (Org.). *Comunicação pública*, São Paulo, Atlas, p. 154-173.

Résumé: Ce texte porte sur les Relations Publiques Communautaires selon le point de vue des corporations commerciales et d'autres institutions publiques et privées. L'argument reprend brièvement certaines des présuppositions des pratiques des Relations Publiques auprès des communautés dans la perspective de la contribution effective que les organisations peuvent apporter au développement social en relation avec le bien commun. L'objectif est de discuter quelques paramètres de performance des Relations Publiques par rapport aux communautés et dans le contexte du troisième secteur. Il s'agit d'une approche basée sur une recherche bibliographique, mais qui prend comme point de départ la réalité brésilienne pour la discussion des concepts. Les considérations finales soulignent que la dette sociale existante exige une position de présence dans le monde avec responsabilisation, à savoir une forme éthique et engagée avec le développement intégral et l'autonomie sociale.

Mots-clés: relations publiques communautaires, responsabilité sociale, troisième secteur, développement, éthique.

Abstract: *This text emphasizes the Communitarian Public Relations from the point of view of the business-oriented corporations and other public and private institutions. We briefly present some of the presuppositions of the practices that orient the social and political bonds Public Relations maintain with the communities. We highlight some aspects of the effective contribution that organizations can offer to social development since they affirm that they are compromised with the common good. The main objective is to discuss some parameters of agency of Public Relations towards communities in the context of third sector. The methodological approach is based on bibliographical research anchored on Brazilian reality to articulate the concepts reflexively. We conclude that social debt towards community requires a responsible position and presence in the world based on an ethical and compromised form of action, capable to assure integral development and social autonomy.*

Keywords: *Communitarian Public relations, social responsibility, third sector, development, ethics.*

Resumo : *Este texto enfatiza as Relações Públicas Comunitárias do ponto de vista das corporações de negócios e outras instituições públicas e privadas. Discute-se brevemente alguns dos pressupostos das práticas das Relações Públicas com as comunidades na perspectiva da contribuição efetiva que as organizações podem dar ao desenvolvimento social, uma vez comprometidas com*

o bem comum. O objetivo é discutir alguns parâmetros de atuação das Relações Públicas com as comunidades e no contexto do terceiro setor. Trata-se de uma abordagem baseada em pesquisa bibliográfica, mas que parte da realidade brasileira para discussão dos conceitos. Conclui-se que dívida social existente requer uma posição de presença no mundo com responsabilização, ou seja, de forma ética e compromissada com o desenvolvimento integral e a autonomia social.

Palavras-chave: *relações públicas comunitárias, responsabilidade social, terceiro setor, desenvolvimento, ética.*