

L'AUTONOMIE CONFRONTÉE À L'AGTECH

LES OUTILS POUR CONTESTER LES RÉCITS DU SECTEUR

A GROWING CULTURE & ETC GROUP
EN COLLABORATION AVEC LA VÍA CAMPESINA ET
L'ALLIANCE POUR LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE EN AFRIQUE

Ce guide est le fruit d'une collaboration entre A Growing Culture, ETC Group, La Vía Campesina et l'Alliance pour la Souveraineté Alimentaire en Afrique, qui se sont rencontrés entre Juillet et Août 2023. Nous tenons à remercier The 11th Hour Projet pour son soutien. De nombreuses idées véhiculées dans ce guide sont issues d'une série d'ateliers en ligne qui ont eu lieu au printemps 2023 entre A Growing Culture, ETC Group, La Vía Campesina et l'Alliance pour la Souveraineté Alimentaire en Afrique.

- 4 Résumé
- 5 Comment utiliser ce guide

01

POUVOIR NARRATIF

- 11 Qu'est-ce qu'un récit ?
- 16 Hypothèses
- 21 Émotions
- 25 Principes de narration
- 27 Défis de la narration
- 29 Opportunités de la narration

02

CHANGER LES RÉCITS À PROPOS DE L'AGTECH

- 34 Analyser les récits de l'industrie
- 40 Identifier les contre-récits
- 45 Renforcer les récits alternatifs
- 49 (Re)cadrage

03

RESSOURCES

- 54 Secteurs clés de l'Agtech
- 57 L'AgTech au service de plusieurs secteurs
- 59 Analyse des médias 101

Ces dernières années, les différents systèmes alimentaires sont au centre des préoccupations. Des études récentes ont prouvé que l'agriculture, et les changements d'affectation des terres qui en découlent, comptent parmi les plus gros contributeurs au changement climatique. Pour tenter d'atténuer ces effets, les entreprises et les philanthro-capitalistes investissent des milliards de dollars dans des projets censés nous orienter vers un avenir plus durable. Pourtant, ces projets n'ont pas pour réel objectif d'en finir avec une agriculture dépendante des énergies fossiles, ou d'améliorer la gouvernance des entreprises et institutions (la manière dont le pouvoir et les prises de décisions sont réparties). La priorité de ces projets est plutôt de développer et mettre en place des nouvelles technologies industrielles dans le domaine de l'agriculture, qui seront potentiellement ultra rentables. Ces technologies et le mode de gouvernance d'entreprise qui les accompagne représentent cependant un risque non négligeable pour la souveraineté alimentaire, l'agro-écologie et l'autonomie des agriculteurs.

Depuis l'invention de l'agriculture, les paysans autour du monde ont développé des outils et des systèmes pour répondre à leurs besoins et surmonter les défis (comme les charrues, les systèmes de cultures associées ou encore les bio-fertilisants). Les communautés paysannes ont toujours été impliquées dans les processus technologiques, à travers l'évolution de leur rapport à la terre et à elles-mêmes. En revanche, le concept d'AgTech, ou agro-technologie, est relativement récent.

Le terme d'AgTech est employé pour désigner des entreprises en plein essor, qui combinent des secteurs d'activité variés : agrobusiness, biotechnologie, technologie numérique et de software, et technologies financières. L'AgTech est généralement présentée comme un ensemble d'outils, de pratiques et de plateformes "high-tech" pouvant être appliqués à l'agriculture, des drones et robots de récolte jusqu'aux sites d'e-commerce en passant par les cultures génétiquement modifiées. **Ce qu'il faut retenir, c'est que le succès que connaît l'AgTech s'inscrit dans une vision puissante et précise de l'avenir, dans laquelle les entreprises ont un contrôle toujours plus important sur nos systèmes alimentaires.**

Cette vision de l'avenir est conçue pour séduire les gouvernements et les institutions, en partie car elle leur permet d'éviter les décisions politiques difficiles concernant l'utilisation des énergies fossiles. Le discours en faveur de l'AgTech est utilisé pour faciliter l'investissement de milliards de dollars dans des technologies appartenant à des entreprises qui renforcent et étendent le pouvoir qu'ont les grands acteurs de l'agriculture industrielle.

Les partisans de l'AgTech affirment également que leurs technologies sont la solution pour nourrir l'humanité en dépit de la croissance démographique, de la hausse des coûts des intrants et de l'énergie, de la dégradation des sols, de la pollution de l'eau et du changement climatique, tout en maintenant la croissance économique. L'évolution de l'agriculture industrielle au cours des dernières décennies montre cependant qu'il s'agit là de fausses promesses. Il y a trente ans, le terme "organisme génétiquement modifié" (OGM) a été inventé pour faire accepter au public l'ingénierie génétique. En 1994, les premiers OGM ont été introduits avec la promesse qu'ils résoudraient le problème de la faim dans le monde, qu'ils feraient baisser le prix de nombreux aliments et réduiraient l'utilisation des pesticides. La réalité s'est avérée bien différente : l'industrie n'a réussi à produire qu'une petite variété de plantes génétiquement modifiées, qui sont profondément liées aux monocultures industrielles¹. En cours de route, cette technologie "pionnière" a semé la destruction : sols mourants, utilisation de pesticides et d'herbicides de plus en plus toxiques (comme le désherbant dicamba), perte sans précédent de la biodiversité, cycles d'endettement en spirale et augmentation du nombre de suicides d'agriculteurs.

La nouveauté et l'attrait des offres de l'industrie cachent une vérité simple : l'AgTech n'est rien d'autre qu'une nouvelle version des mêmes systèmes économiques et politiques d'exploitation qui menacent aujourd'hui notre survie collective. Néanmoins, cette nouvelle version a été incroyablement

¹ Friends of the Earth Europe. (2022). "Fast-track to failure Will new GMOs reduce pesticide use?... NO!".

efficace pour capter l'imagination des gouvernements, des investisseurs et des populations du monde entier, prêts à croire qu'elle représente "l'avenir de l'agriculture".

Aujourd'hui, les nouvelles technologies sont conçues, élaborées et mises en œuvre rapidement, sans qu'il soit possible d'en étudier les implications et les conséquences pour les agriculteurs. Par conséquent, le paysage agricole évolue rapidement et les agriculteurs sont confrontés à des menaces croissantes pour leurs droits et leur vie. Il devient donc de plus en plus vital d'examiner et de critiquer ces avancées technologiques. En l'état actuel des choses, les communautés agricoles sont souvent contraintes de décider d'adopter ou non des outils qui ont été créés loin de leurs champs et sans leur participation.

Le plus souvent, les technologies coûteuses qui occupent le devant de la scène dans les dialogues officiels à propos des systèmes alimentaires servent les intérêts des entreprises qui les ont créées, et privent de leurs droits les agriculteurs qu'elles prétendent soutenir. Notre travail en tant que société civile peut se concentrer sur la recherche de moyens de contrer et de remettre en question ces récits d'entreprises - pour réclamer et réaffirmer nos voix, nos perspectives et nos valeurs à travers nos propres histoires.

REMARQUE SUR L'UTILISATION DU TERME "AGRICULTEURS"

Il existe une grande diversité parmi ceux qui vivent et travaillent en étroite relation avec la terre - des petits agriculteurs aux bergers, en passant par les chasseurs/cueilleurs et les pêcheurs. Les membres des mouvements de souveraineté alimentaire du monde entier adoptent et utilisent une grande variété de termes pour désigner les communautés qui produisent notre nourriture. Le terme "paysan" a été délibérément récupéré par La Vía Campesina dans le cadre de sa lutte politique pour la reconnaissance des paysans et de leurs droits, faisant écho à la Déclaration des Nations unies sur les droits des paysans et des autres personnes travaillant dans les zones rurales (UNDROP). Les auteurs de ce guide, ainsi que la plupart de nos partenaires, préfèrent les termes qui soutiennent et valorisent la différence - en utilisant sélectivement "petits agriculteurs", "paysans" et "communautés indigènes" le cas échéant.

Toutefois, les récits qui tentent de rendre compte des magnifiques complexités de notre monde ne sont pas facilement transmissibles. La simplicité est primordiale pour créer des messages convaincants qui peuvent remettre en question le statu quo. C'est pourquoi nous avons utilisé le terme "agriculteur" tout au long de ce guide. Il s'agit bien sûr d'un terme général qui a des significations très différentes selon les contextes. Nous avons renoncé à certaines nuances, non pas parce que nous pensons qu'elles ne sont pas importantes, mais parce que nous voulons nous assurer que nos messages atteignent nos publics.

COMMENT UTILISER CE GUIDE

A Growing Culture et ETC Group ont créé ce guide dans l'objectif de proposer des moyens de répondre rapidement et efficacement aux récits que les entreprises développent autour de l'AgTech. Ceci passe par la synthèse des idées des mouvements sociaux et des instances de communication de la société civile. Étant donné le grand nombre de nouvelles technologies proposées chaque année et le fait qu'il faut du temps et des connaissances approfondies pour comprendre chacune d'entre elles, nous proposons une méthode d'intervention qui se concentre moins sur les détails techniques de chacun de ces produits et davantage sur les histoires et les récits influents utilisés pour les vendre. Nous présentons des stratégies permettant d'identifier le fonctionnement des récits populaires autour des technologies, leur impact et leurs implications, ce qui leur donne du pouvoir et comment nous pouvons nous le réapproprier.

Ce guide est le fruit d'une série d'ateliers narratifs organisés entre avril et juillet 2023, auxquels ont participé des membres de La Vía Campesina et de l'Alliance pour la souveraineté alimentaire en Afrique. Nous avons fait de notre mieux pour condenser l'incroyable analyse des participants aux ateliers et proposer des possibilités de tirer parti de cette analyse pour atteindre nos objectifs de communication.

Ce projet n'aurait pas été possible sans les conseils du Center for Story-based Strategy et le soutien de la 11th Hour Foundation. Nous sommes également reconnaissants à la Polden-Puckham Charitable Foundation et aux ressources du CS Fund qui ont contribué à ce projet.

01

**POUVOIR
NARRATIF**



QU'EST-CE QUE LA NARRATION STRATÉGIQUE ?

L'AgTech vend sa vision de l'avenir par le biais d'histoires. Alors que les preuves suggèrent que les solutions agro-technologiques privent les communautés agricoles du monde entier de leurs droits, des millions de personnes sont amenées à croire que ces technologies représentent notre salvation collective. Pour contester cette croyance, nous devons créer et partager des histoires plus convaincantes, capables de convaincre le plus grand nombre qu'un autre monde est possible et qu'il vaut la peine de se battre pour lui. Tout d'abord, nous devons définir ce que nous entendons par *récits* et *narrations stratégiques*.

RÉCITS

Nous sommes constamment entourés d'informations. Nous sommes toujours en relation avec notre environnement - avec d'autres êtres vivants et systèmes vivants - et nous essayons de donner un sens au monde. Nous racontons des histoires pour traiter toutes les informations que nous recevons quotidiennement. Ces histoires ont tendance à mettre en scène des personnages et des situations. Ce sont des systèmes d'information qui rassemblent le *qui*, le *quoi*, le *où*, le *quand*, le *comment* et le *pourquoi* des choses qui se passent autour de nous sous une forme qui peut être facilement transmise à d'autres.

Par exemple, le titre suivant est issu d'un article qui décrit comment Jeff Bezos investit des milliards de dollars pour lutter contre le changement climatique. Il s'agit d'un moment, d'un lieu et d'un ensemble de personnages et de circonstances spécifiques.



Légende : un titre du journal le *New York Times*, sur lequel on peut lire *Jeff Bezos investit dix milliards de dollars pour lutter contre le changement climatique*

CADRAGES ET NARRATIONS STRATÉGIQUES

Avec l'essor des différentes formes de communication, en particulier des médias numériques, nous sommes abreuvés de plus d'histoires que nous ne pourrions jamais en digérer. La clé est de trouver des histoires partagées qui nous relient, nous donnent un sens collectif et un but, alignent nos compréhensions et travaillent à une vision commune. C'est là qu'intervient la narration. La narration ne se limite pas aux événements qui arrivent aux personnages à un moment et dans un lieu donnés - elle définit le cadre à travers lequel nous interprétons les histoires

La photographie est un bon moyen d'aborder la question du *cadrage*. Lorsque nous prenons une photo, nous regardons dans le viseur et déterminons ce que nous voulons inclure dans l'image et ce qui doit être laissé de côté, ce qui est mis au point et ce qui ne l'est pas. Nous choisissons également le moment où nous prenons la photo - à ce moment-là, les sujets peuvent avoir des gestes, des expressions ou des interactions différents, ce qui donne lieu à des interprétations très différentes de la part de l'observateur. En d'autres termes, le cadre est le contexte qui met les histoires en perspective. Il crée un point de vue qui détermine les histoires auxquelles il faut prêter attention, ce qu'il faut croire et ce qu'il faut ignorer, ce qu'il faut contester et ce qu'il faut mettre en valeur.

L'engagement de Jeff Bezos en faveur du climat est une histoire ancrée dans un contexte spécifique (qui/quoi/quand/où/pourquoi). Cependant, nous pouvons imaginer quelques cadres narratifs qui peuvent mettre une telle histoire en perspective et offrir un point de vue qui détermine ce que nous ressentons à propos de cette histoire.

Voici quelques exemples potentiels de narrations stratégiques :

Narration 01:

Les milliardaires comme Jeff Bezos possèdent les ressources et les connaissances pour résoudre la crise climatique.

Narration 02:

Les milliardaires comme Jeff Bezos sont la cause principale de la crise climatique.

Que vous soyez plus convaincu par la narration 01 ou la narration 02 a des implications profondes sur la façon dont vous interprétez l'histoire de Bezos. Si vous croyez au récit 01, vous serez plus enclin à vous sentir plein d'espoir en lisant le titre sur son engagement à hauteur de 10 milliards de dollars. Si vous croyez à la narration 02, vous êtes plus susceptible de vous sentir frustré et seriez plus influencé par un titre comme celui-ci :



Légende : un cadre noir dans lequel est écrit “Bloomberg” et “Comment les riches sont les principaux responsables du réchauffement climatique”

Ceux qui contrôlent le cadre narratif détiennent un immense pouvoir. Les cadres qui soutiennent les systèmes d'oppression (par exemple le colonialisme, le capitalisme, l'impérialisme, la suprématie blanche et le patriarcat) ont subsisté pendant des siècles, si ce n'est plus, parce qu'ils ont été renforcés et maintenus par ceux qui tirent un intérêt direct dans ces structures de pouvoir injustes.

CHANGER LA NARRATION

Pour changer la façon dont nous voyons le monde et encourager l'action, nous devons changer les récits. Nous devons créer un nouveau cadre, un nouveau point de vue et une nouvelle façon de voir les choses. Notre nouveau cadre doit être porteur de sens pour les gens - leur permettre de donner plus de sens au monde qu'ils ne peuvent le faire avec le cadre dominant. Notre succès en matière de changement narratif dépend de notre capacité à comprendre clairement le cadre dominant (de l'entreprise ou de l'institution) et la logique qui le rend convaincant. Une fois cette compréhension acquise, l'objectif est de recadrer et de créer de nouveaux récits, c'est-à-dire de trouver le moyen de renverser la logique du récit dominant. Le défi consiste à le faire sans tomber dans le piège du renforcement des valeurs et des croyances du récit dominant. Prenons un exemple :

Cadrage:

On devient milliardaire grâce au travail acharné.

Recadrage:

On devient milliardaire grâce à l'exploitation des travailleurs.

HYPOTHÈSES

L'influence des cadres narratifs est puissante parce qu'ils déterminent le point de vue à travers lequel nous regardons les histoires, et donc la façon dont nous donnons un sens au monde. Mais le cadre ne fonctionne que s'il est lié à des idées qui existent déjà dans notre esprit. Supposons qu'une compagnie pétrolière essaie de susciter l'enthousiasme des gens pour un nouveau forage en mer. Il est peu probable qu'elle convainque qui que ce soit que c'est une bonne chose si le public croit que la crise climatique est réelle et qu'elle est principalement causée par l'extraction et la combustion de combustibles fossiles. En revanche, elle pourrait convaincre une personne sceptique à l'égard du changement climatique que les avantages économiques du projet l'emportent sur les coûts environnementaux.

Lorsque nous faisons référence aux *croyances préalables nécessaires pour accepter un récit ou une narration stratégique*, nous parlons d'hypothèses. Tout récit est basé sur des hypothèses et croyances, tout ce que nous tenons pour vrai sans le remettre en question. Il arrive que les hypothèses et croyances soient liées à des preuves, à des informations que nous avons vues ou dont nous avons entendu parler à propos de la réalité. Il arrive aussi qu'elles ne le soient pas.

Voici certaines hypothèses populaires, mais problématiques :

1. Les politiques favorables aux grandes entreprises et aux plus riches sont bénéfiques pour toute la population (exemple populaire de "l'économie du ruissellement").
2. Les réglementations gouvernementales imposées aux grandes entreprises nuisent à toute la population.
3. Les pays pauvres sont en difficulté car ils ne sont pas "développés". Ils ne possèdent pas les connaissances et l'expertise nécessaires pour s'industrialiser et créer les infrastructures indispensables à leur croissance.
4. Les pauvres sont paresseux et ne veulent pas travailler.

Ces hypothèses concernent des informations, mais elles peuvent aussi être orientées vers des valeurs et des croyances. Autrement dit, il ne s'agit pas uniquement de scénarios réalistes ou vraisemblables, mais également de scénarios voulus, une version désirée qui s'accorde avec notre compréhension du monde dans lequel nous souhaitons vivre.

Ce genre d'hypothèse est courant dans les récits stratégiques de l'AgTech, mais il en est une en particulier qui se démarque :

Si nous produisons assez de nourriture, nous éliminerons la faim dans le monde.

Sans cette hypothèse, aucun des récits de l'industrie autour de l'AgTech n'a de poids. La seule raison pour laquelle les entreprises, les gouvernements et les institutions peuvent continuer à prétendre que l'innovation technologique est la solution à la faim dans le monde est qu'ils la considèrent non pas comme un problème structurel mais comme un problème technique - un simple problème de rendement. Cette hypothèse est au cœur de la révolution verte depuis ses débuts. Elle est ancrée dans le mythe selon lequel la croissance de la population est supérieure au rendement et que les gens mourront de faim quoi qu'il arrive s'il n'y a pas de moyen d'augmenter considérablement la production alimentaire.

Aujourd'hui, les récits des grandes industries qui soutiennent l'AgTech s'appuient sur la crise climatique pour donner davantage de crédit à leur vision du problème. Le fait que des événements climatiques extrêmes puissent compromettre des récoltes entières est utilisé pour souligner l'urgence de trouver de nouveaux moyens d'augmenter la production alimentaire. Ces récits suggèrent implicitement que, même si la faim avait une dimension politique, la menace urgente du changement climatique rendrait irréaliste la recherche d'une solution politique. Cette idée s'appuie d'ailleurs sur un autre postulat : les entreprises privées sont plus efficaces que les gouvernements pour instiguer des changements sociaux.

PREUVES

L'hypothèse selon laquelle la faim est due à une production alimentaire insuffisante est fautive. Nous produisons déjà assez pour nourrir tous les êtres humains de la planète¹. Le ratio de production alimentaire par habitant est plus important aujourd'hui qu'à n'importe quel autre moment de l'histoire - suffisamment pour subvenir aux besoins de plus de 10 milliards de personnes, selon les prévisions démographiques les plus élevées pour 2050².

En théorie, nous devrions vivre une ère d'abondance incroyable. Au lieu de cela, le nombre de personnes souffrant de la faim ne cesse d'augmenter : au moins 783 millions³ de personnes souffrent de la faim ou de la malnutrition aujourd'hui et, en raison des méthodes variables, voire erronées, utilisées par les institutions pour mesurer la faim, ce chiffre pourrait même atteindre 2,5 milliards⁴.

EXEMPLE

Le cas de deux famines dont a souffert l'Inde à la fin des années 1800 est éclairant pour aborder de façon critique la relation entre la production alimentaire et la faim :

L'anthropologue Jason Hickel écrit que lorsque les Britanniques ont colonisé l'Inde, ils ont imposé un nouveau système agricole, poussant les agriculteurs à cultiver pour le marché de l'exportation plutôt que pour leur subsistance. Afin de rendre les agriculteurs indiens plus "productifs", les

1 Eric Holt-Gimenez et al. (2012). "We Already Grow Enough Food for 10 Billion People ... and Still Can't End Hunger". *Journal of Sustainable Agriculture*.

2 Holt-Gimenez et al. "We Already Grow Enough Food for 10 Billion People ... and Still Can't End Hunger". *Journal of Sustainable Agriculture*.

3 UN Food and Agriculture Organisation. (2023). "122 million more people pushed into hunger since 2019 due to multiple crises, reveals UN report".

4 Hickel, Jason. (2019). *The Divide: Global Inequality from Conquest to Free Markets*. W. W. Norton & Company.

colons britanniques ont encouragé les villages à vendre leurs réserves de céréales et ont clôturé les terres communes et les sources d'eau. Ces réserves et ces ressources communes servaient auparavant de filet de sécurité en cas de sécheresse et permettaient aux communautés agricoles de survivre.

Mais en raison de la privatisation et de l'orientation vers l'exportation imposées par les Britanniques, lorsque El Niño, l'une des pires crises climatiques de l'histoire, est arrivé en 1876 et a provoqué une sécheresse de trois ans, dix millions d'Indiens sont morts de faim.⁵ Lorsqu'El Niño est revenu en 1896, dix-neuf millions d'Indiens sont morts de faim. Au total, ces deux famines dues à la sécheresse ont fait 29 millions de morts.⁶

C'est un raccourci simpliste de penser que ces 29 millions d'indiens morts ont succombé au manque de nourriture dans le pays. Cependant, comme l'affirme Hickel :

“Même au plus fort de la sécheresse, le pays disposait d'un excédent net de nourriture - il y en avait plus qu'il n'en fallait pour nourrir toute la population, il suffisait de l'acheminer vers les bonnes régions. Au lieu de cela, le système ferroviaire, obéissant à la logique du marché, a été utilisé par les marchands pour acheminer les céréales de l'arrière-pays vers des dépôts centraux où elles pouvaient être protégées des affamés et expédiées vers l'Europe.”⁷

“En 1877 et 1879, pendant les pires années de la première sécheresse, les cargo de blé indien expédiés vers l'Europe ont atteint des records, à hauteur de 6,4 millions de tonnes, plutôt que de servir à soulager la famine dans le pays.”⁸

5 Hickel, Jason. *The Divide*.

6 Hickel, Jason. *The Divide*.

7 Hickel, Jason. *The Divide*.

8 Hickel, Jason. *The Divide*.

ÉMOTIONS

Les récits de l'AgTech et des industries qui y sont liées font particulièrement appel à deux émotions basiques et puissantes : la peur et l'espoir.

En général, ce qui effraie le plus, c'est l'insécurité. Nous craignons de ne pas pouvoir nous nourrir et nourrir nos enfants. Compte tenu de l'inégalité économique massive que nous constatons aujourd'hui et de la menace immédiate de la crise climatique, la peur de la faim et de la famine s'accroît à juste titre. Ce que les entreprises, les gouvernements et les institutions ont si bien réussi, c'est convaincre les gens que sans l'agriculture industrielle, la faim s'étendra à toute la population. Aujourd'hui, il est de plus en plus courant de voir les partisans de l'agriculture industrielle souligner certains de ses défauts (comme l'érosion des sols causée par l'utilisation intensive de produits chimiques), mais ils ne doutent pas un seul instant qu'elle reste nécessaire pour nourrir le monde entier.

Les récits dominants suggèrent qu'au pire, l'agriculture industrielle est un "mal nécessaire". Au mieux, elle est l'agent d'une salvation bienveillante. Parce que ces récits ont si efficacement convaincu le grand public que l'agriculture industrielle est nécessaire pour tenir la faim en échec, il est très difficile de persuader les gens d'appeler au démantèlement ou à la transformation radicale du système alimentaire industriel. La peur de se retrouver en situation de survie peut, tout naturellement, l'emporter sur toutes les autres considérations. Si les gens pensent qu'un changement systémique menacera leur capacité à se nourrir ou à nourrir leur famille, il est probable qu'ils s'y opposeront, ou du moins qu'ils seront beaucoup moins enclins à se battre pour le voir se réaliser. C'est grâce à cette connaissance de l'esprit humain que l'agro-industrie se positionne habilement comme notre principale source d'espoir. Si nous craignons un monde sans agriculture industrielle, la solution de simplicité est alors de placer notre espoir dans le solutionnisme technique que les entreprises continuent de proposer.

EXEMPLE

En 2022, le Sri Lanka a connu la plus grande crise économique et alimentaire depuis son indépendance. Les récits qui ont émergé pour expliquer la crise ont mis en cause l'interdiction de l'importation d'engrais et de pesticides chimiques décrétée par le gouvernement sri-lankais en 2021, ainsi que la transition du jour au lendemain vers une production 100 % biologique. L'échec de la politique d'agriculture biologique du Sri Lanka est de plus en plus utilisé comme étude de cas pour montrer le succès du système alimentaire industriel et l'inévitable crise alimentaire qui se produirait lors de la transition vers l'agriculture biologique.

The New York Times
Sri Lanka's Plunge Into Organic Farming Brings Disaster

FP
In Sri Lanka, Organic Farming Went Catastrophically Wrong

TIME
The Crisis in Sri Lanka Rekindles Debate Over Organic Farming

Légende : Un titre du journal *The New York Times* : *le Sri Lanka s'essaie à l'agriculture biologique et récolte une catastrophe*. Un deuxième titre du journal *Foreign Policy (FP)* : *L'agriculture biologique au Sri-Lanka : une terrible catastrophe*. Un troisième titre du journal *Time* : *La crise au Sri-Lanka relance les débats sur l'agriculture biologique*.

Il y a, évidemment, une toute autre façon de cadrer l'histoire. Nous pourrions plutôt nous intéresser à la manière dont le régime colonial britannique a restructuré le système alimentaire du Sri Lanka pour répondre aux besoins du marché européen, en détruisant systématiquement une grande partie de la biodiversité indigène et de la résilience alimentaire locale du Sri Lanka. Nous pourrions discuter de la manière dont cette restructuration a rendu le Sri Lanka dépendant de l'importation de produits alimentaires essentiels après l'indépendance, et a contraint le pays à recourir massivement à l'emprunt pour compenser son déséquilibre commercial croissant et construire des infrastructures publiques. Nous pourrions souligner que les prêts accordés au Sri Lanka étaient subordonnés aux politiques d'ajustement structurel du FMI, poussant le pays à réduire les dépenses publiques, à diminuer les subventions, à abolir le contrôle des prix, à dévaluer la roupie et à libéraliser le taux de change. Nous pourrions également parler de la façon dont l'imposition de la révolution verte dans les années 1960 et 1970 a dévasté les sols, contraint les agriculteurs à s'endetter, accru la dépendance des exportations à l'égard d'une poignée de cultures marchandes et déstabilisé les prix des denrées alimentaires.

Le cadre narratif dominant a cependant largement laissé de côté cette histoire politique plus complexe pour se concentrer sur un seul changement de politique (le passage au bio). En conséquence, cette orientation partielle du récit a réussi à susciter le scepticisme et la peur autour du désir de tout pays d'opérer un changement similaire.



LES PRINCIPES DE LA NARRATION

ÉCRIRE POUR LES TOURISTES, PAS POUR LES PURISTES

Pour ceux qui font partie de mouvements de revendication, l'habitude de discuter et de structurer les luttes autour de questions systémiques complexes fait parfois prendre pour acquis le fait que d'autres connaissent ces mêmes questions et s'en soucient. Si nous partons du principe que notre public s'intéresse à ces questions, il est peu probable que nous créions les arguments les plus clairs et les plus précis possibles, et nous risquons de n'atteindre que les personnes qui participent déjà à la lutte. Nous pouvons considérer ce public comme des "puristes" - des personnes qui ont des connaissances, des points de vue et des croyances similaires aux nôtres. Si nous ne concevons des histoires que pour les puristes, nous ne serons pas en mesure d'atteindre les publics qui pourraient être davantage contraints ou convaincus par les récits de l'agriculture industrielle. Le mieux à faire est donc de ne jamais supposer que le public connaît le sujet ou qu'il s'en préoccupe. Nous pouvons au contraire nous concentrer sur les "touristes", c'est-à-dire les personnes qui partagent peu de connaissances, de points de vue et de convictions avec nous et qui ne savent rien ou presque du sujet en jeu. Si nous voulons capter leur attention, nous devons trouver des moyens de rendre nos histoires suffisamment simples, audacieuses et accessibles pour que le "touriste" ait envie de s'arrêter et de prêter attention.

CONVAINCRE SANS CONTRAINDRE

La passion qui anime nos luttes est telle qu'il peut être tentant de vouloir que notre public soit immédiatement de notre côté. En fonction de ses antécédents, ce public peut cependant avoir un important travail d'apprentissage et de désapprentissage à faire pour voir les choses d'un point de vue différent. Si nous essayons de les forcer à voir les choses à notre manière - si nous leur disons que leur version de la réalité est erronée - ils risquent de se sentir aliénés. Nous avons la possibilité de créer des histoires qui reconnaissent, valorisent et rencontrent notre public à son niveau de connaissances et de croyances actuel, et qui lui ouvrent la voie vers de nouvelles façons de comprendre le monde.

MONTRER PLUTÔT QUE RACONTER

Dans la plupart des cas, on ne change pas d'avis simplement en recevant de nouvelles informations. Souvent, nous ne changeons notre manière de voir le monde qu'après avoir vécu une expérience marquante. Nos histoires peuvent devenir un catalyseur de changement si nous les utilisons pour transmettre non seulement des informations, mais aussi une expérience. Les histoires sont vécues. En utilisant des images vivantes, un langage descriptif et des détails sensoriels, nous pouvons rendre nos histoires plus réelles et donner au public la possibilité de se sentir inclus.

LES RÉCITS SONT VIVANTS

Tout comme les semences, les récits et les narrations stratégiques portent en eux la mémoire de nos différentes cultures. Et tout comme les semences, pour grandir et nous nourrir, les récits doivent pouvoir s'adapter et évoluer lorsque les conditions et les compréhensions du monde changent. Les récits n'ont pas pour vocation de nous enfermer dans une perception de la réalité figée, ils représentent au contraire une opportunité de répondre au monde complexe et dynamique qui nous entoure. C'est pourquoi il est important que nous restions ouverts aux changements que peuvent connaître nos récits et nos narrations.

LES DÉFIS À RELEVER DANS L'ÉLABORATION DES RÉCITS

Créer des histoires convaincantes pour contrer celles du secteur de l'AgTech présente de réelles difficultés. Restez sur vos gardes quand vous remarquez les éléments suivants :

RÉFUTER LES ALLÉGATIONS DE L'AGTECH

L'industrie agro-technologique prétend, que ce soit vrai ou non, que ses produits permettent de produire des aliments à plus haut rendement, plus nutritifs et mieux adaptés au climat. L'industrie dispose d'équipes de scientifiques cooptés prêts à produire les études nécessaires pour défendre ces affirmations. Les sociétés civiles peuvent tomber dans le piège et se sentir obligées de démystifier et de discréditer les fausses affirmations, ce qui est extrêmement chronophage pour les mouvements disposant de ressources limitées.

LE CHOIX STRATÉGIQUE DU LANGAGE DE LA DURABILITÉ ET DE LA RÉGÉNÉRATION

Le secteur de l'AgTech s'est montré très efficace dans la création de récits sur les alternatives à l'agriculture industrielle. Les exemples incluent l'"agriculture régénératrice" et les "solutions basées sur la nature". Parfois, l'industrie utilise même le terme d'agroécologie pour décrire l'agriculture high-tech à faible niveau d'intrants, intégrée à des pratiques telles que la culture associée. Des exemples extrêmes d'une telle cooptation des récits peuvent brouiller le paysage de la narration. Il est alors difficile de déterminer l'alignement de l'histoire promue avec les mouvements de luttes alimentaires.

L'ATTRAIT DE LA NOUVEAUTÉ

Les solutions proposées par l'AgTech attirent car elles semblent être du dernier cri. Les nouvelles idées sont souvent considérées comme les meilleures. Les scientifiques et les experts paraissent avoir la situation sous contrôle, insufflant espoir et optimisme, des émotions puissantes face à la complexité des différentes crises sociales et écologiques. La nouveauté crée également un phénomène médiatique immédiat : les nouveaux produits captent l'intérêt, tandis que l'on se détourne des techniques agricoles traditionnelles.

PERSONNIFIER LES MOUVEMENTS DE LUTTE

Les médias relaient les histoires d'individus, car le public est attiré par ce à quoi il peut s'identifier, les récits dans lesquels il investit des émotions. En tant que mouvements, nos histoires ne peuvent reposer sur un seul individu, elles sont portées par le collectif. Le défi est de parvenir à personnifier nos mouvements, à les faire s'incarner en chair et en os de manière attrayante et accessible pour le public sans que la lutte repose sur un unique individu ou porte parole.

LE CHARME DE LA VISION TUNNEL

Lorsque nous sommes inondés d'informations sur les nombreuses crises imminentes, il peut être réconfortant de se concentrer sur un point précis. Le solutionnisme technique prend racine dans ce besoin de réconfort. Nous sommes devenus de plus en plus étrangers aux décisions de gouvernance et nous sommes habitués à ce que des aspects de notre vie soient modifiés par les nouvelles technologies. Il est courant de répondre à l'évocation d'un problème par la phrase suivante : "Il y a une appli pour cela". Les solutions technologiques sont concrètes, tangibles et immédiates, ce qui n'est pas le cas des changements politiques et sociaux. Nous comprenons beaucoup plus facilement la causalité. Les solutions technologiques réduisent également notre champ de vision d'une manière qui permet aux décideurs de nous dissimuler les causes des problèmes et d'éviter de rejeter ou d'admettre la responsabilité, ce qui facilite l'adhésion à leurs histoires.

OPPORTUNITÉS DE LA NARRATION

PRENDRE DU RECUL

Les histoires racontées par les mouvements de lutte sont souvent plus percutantes lorsqu'elles donnent accès à une vue d'ensemble, en utilisant une vision holistique des systèmes sociaux, économiques, politiques et écologiques. Une vision très étroite d'un scénario peut faire apparaître une solution technique comme raisonnable, mais une fois que le cadre est élargi pour révéler la situation dans son ensemble, de nombreuses formes d'agrotechnologie se révèlent causer plus de problèmes qu'elles n'en résolvent, si tant est qu'elles en résolvent réellement.

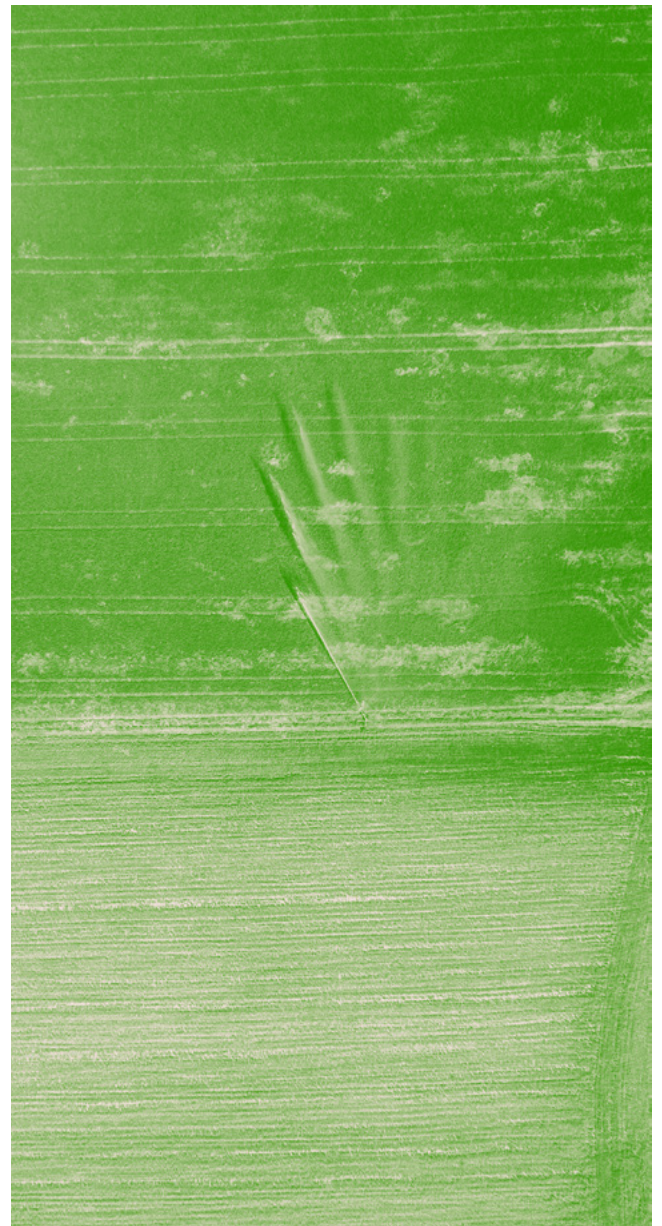
PALETTE ÉMOTIONNELLE

En tant que mouvements sociaux luttant pour un véritable changement, nous avons tendance à mettre les mots sur les problèmes de fond et à démasquer les oppresseurs. Le conflit peut être intimidant, mais il rend aussi les histoires passionnantes et inspirantes. Ainsi, les récits des mouvements sociaux peuvent faire appel à une palette d'émotions plus large que les récits de l'industrie de l'AgTech, puisque l'objectif est de mobiliser les communautés et d'inspirer le passage à l'action, et non pas de vendre un produit.

RECENTRER LA POLITIQUE DE LA TECHNOLOGIE

Le débat sur les technologies agricoles tend à s'articuler autour de la question de savoir si elles sont "bonnes" ou "mauvaises" pour nos communautés. L'industrie agroalimentaire adore maintenir les conversations dans les limites de cette question : déterminer si un produit est plus efficace, plus résistant, plus nutritif et plus productif, ou quelles sont les pratiques industrielles, biologiques et agro-écologiques les plus efficaces. De cette manière, ceux qui sont à la tête de cette industrie concentrent le débat sur des questions techniques. S'il est parfois nécessaire d'entrer dans les détails des forces et des faiblesses d'une technologie, le choix stratégique est généralement d'éviter de contester les affirmations de l'industrie et de se concentrer plutôt sur les grandes questions de souveraineté, de propriété et de contrôle de nos ressources.

Recentrer la politique de la technologie peut également rendre les récits de la société civile plus difficiles à coopter par l'industrie et les gouvernements. La cooptation narrative est quelque peu inévitable, puisqu'il s'agit d'une stratégie standard de l'industrie de l'AgTech, mais elle est beaucoup plus difficile à mettre en œuvre lorsque nous mettons fermement l'accent, dans nos propres récits, sur les questions politiques relatives à la propriété et au contrôle de nos ressources. Il est tout simplement impossible pour les entreprises de prétendre de manière crédible que leurs technologies peuvent être véritablement détenues et contrôlées par la communauté. Les mouvements de lutte ont la balle dans leur camp lorsqu'ils cadrent le débat en termes d'arrangements politiques et de relations de pouvoir.



02

**CHANGER LES
RÉCITS
À PROPOS DE
L'AGTECH**



Au cours des ateliers qui se sont déroulés entre avril et juillet 2023, les membres de différents mouvements et organisations ont examiné un panel de narrations stratégiques créées par l'industrie de l'AgTech. Notre objectif commun était d'identifier les fondements de ces histoires disparates.

Nous avons identifiés les récits suivants, fabriqués par les entreprises :

- 1. La technologie nous sauvera.**
- 2. Les entreprises génèrent de l'innovation.**
- 3. Les agriculteurs sont des entrepreneurs.**

Nous proposons deux stratégies différentes dans le but de rediriger les récits dominants de l'industrie. La première est d'utiliser des contre-récits pour engager une confrontation directe. La seconde est de proposer un récit alternatif.

Les contre-récits que nous avons identifiés sont les suivants :

- 1. Les entreprises de l'AgTech nous forcent la main.**
- 2. L'entrepreneur de l'agro-industrie est un consommateur piégé.**

Le récit alternatif que nous souhaitons mettre en avant est le suivant :

- 1. Agriculture = autodétermination.**

Dans les pages suivantes, nous détaillons ces différents récits.

ANALYSE DES RÉCITS DE L'AGTECH

Récit 01:

“LES AGRICULTEURS SONT DES ENTREPRENEURS”

Les entreprises, les gouvernements et les institutions qui soutiennent l'AgTech suggèrent que l'agriculture doit être considérée comme une entreprise. C'est ce que nous appelons le passage de l'agriculture à l'agro-industrie. L'agro-industrie se préoccupe d'une seule question : Comment produire plus de nourriture à moindre coût ? En bref, ils définissent l'objectif de l'agriculture comme étant de gagner le plus d'argent possible. Aucune importance n'est accordée aux valeurs sociales, écologiques et politiques.

On entend souvent dire que les agriculteurs ne sont pas productifs, rentables ou prospères parce qu'ils ne se considèrent pas comme des entrepreneurs et ne prennent pas de décisions commerciales "intelligentes". Ce discours est particulièrement destiné aux jeunes générations des communautés rurales. Il s'agit d'une stratégie d'endoctrinement, qui pousse les jeunes agriculteurs à se considérer comme des "hommes d'affaires" et à abandonner les systèmes de subsistance "rétrogrades" dans lesquels ils ont été élevés. Cette stratégie crée effectivement un état d'esprit qui encourage les jeunes agriculteurs à mépriser leurs parents et leurs aînés pour leurs pratiques agricoles "dépassées", et fait pression sur les générations plus âgées pour qu'elles adoptent les points de vue "modernes" de leurs enfants.

Les entreprises tentent de nous faire croire que les agriculteurs partisans de l'autosuffisance appartiennent au passé, qu'ils ralentissent et appauvrissent les communautés dont ils font partie. "Entrepreneur" signifie alors être "autonome", être capable de prendre des décisions commerciales qui assureront à l'agriculteur et à sa famille le pécule nécessaire pour garantir leur liberté. "Entrepreneur" devient synonyme "d'indépendant", une association d'idée qu'il n'est pas aisé de remettre en cause, car elle donne aux agriculteurs un sentiment de dignité, à une époque où l'agriculture inspire le dédain et où les enfants apprennent qu'ils feraient mieux de quitter leurs campagnes pour aller chercher le progrès et la modernité.

Récit 02: “LA TECHNOLOGIE NOUS SAUVERA”

Voici le discours typique du “solutionnisme technologique” : la technologie est le seul moyen de résoudre des problèmes structurels complexes. L'idée que “l'innovation” peut nous sortir de n'importe quelle difficulté est attrayante, car elle inspire optimisme et espoir. C'est aussi un moyen de nous distraire des problèmes de fond, ceux qui nécessitent un changement du statu quo pour être résolus, et de nous contenter de solutions temporaires.

Ce cadrage occulte le cours de l'histoire. S'il est accepté que les technologies du passé ont créé des problèmes que nous devons aujourd'hui résoudre, ces derniers ne sont jamais pensés comme des lacunes systémiques. Au contraire, les problèmes créés par les technologies passées sont vus comme “inévitables” ou, du moins, comme ne méritant pas que l'on s'y attarde. Les entreprises et les institutions qui défendent ce point de vue suggèrent que la seule véritable considération est de savoir comment nous pouvons créer de nouvelles technologies pour améliorer les technologies passées (au lieu de se demander si les technologies passées étaient nécessaires en premier lieu).

La plupart des “nouvelles” technologies agricoles de l'industrie agroalimentaire sont ancrées dans l'idée d'une agriculture “de précision”, “intelligente face au climat”. Étant donné que le changement climatique rend l'agriculture plus imprévisible, ces technologies sont vendues comme des moyens d'atténuer les risques liés à l'évolution de l'environnement tout en augmentant les rendements.

L'utilisation du terme “agriculture intelligente” est une stratégie commerciale puissante grâce à laquelle l'AgTech vend ses produits et ses concepts. Ils sont partout - “smartphones”, “capteurs intelligents”, “agriculture intelligente”, “agriculture intelligente face au climat”. En réalité, le terme “intelligent” signifie “connecté numériquement”. Mais en accolant cette étiquette à tout produit agrotechnologique, on donne l'impression que tout outil, pratique ou plateforme non connecté numériquement est

au contraire "stupide". En assimilant la numérisation à l'intelligence, cette stratégie narrative suggère que l'intégration de systèmes numériques à la société est le cours naturel de l'évolution et non un stratagème d'entreprise pour augmenter les profits. Par conséquent, les communautés se sentent laissées pour compte, ignorantes, si elles n'adoptent pas les nouvelles technologies.

Le discours selon lequel l'AgTech sauvera l'agriculture repose également sur l'idée que le travail agricole est pénible, ennuyeux et humiliant. Le secteur tire parti de cette perception en proposant de nouvelles technologies agricoles qui permettent d'échapper à un travail éreintant. La plupart de ces technologies sont présentées comme des possibilités de "libérer la main-d'œuvre de l'exploitation". L'objectif central est de faciliter le travail agricole en remplaçant le travail humain par des outils mécaniques et numériques. Cependant, quelle que soit la manière dont elles sont présentées, la plupart des technologies créées par les entreprises finissent par avoir pour effet de remplacer les agriculteurs et les ouvriers agricoles, jugés "inefficaces" et "coûteux".

Certaines technologies ne remplacent pas physiquement les agriculteurs. Néanmoins, elles remplacent les systèmes existants de collecte et de traitement des informations, d'observation des écosystèmes ainsi que de création de nouvelles connaissances. Il s'agit par exemple des capteurs de données qui recueillent des informations sur le sol, et des drones qui scannent et cartographient les champs. L'idée sous-jacente à ces technologies d'accumulation de données et aux conseils numériques associés est de permettre aux agriculteurs de prendre des décisions plus "intelligentes" afin d'accroître le rendement et l'efficacité de l'exploitation. Il s'avère cependant qu'en modifiant la manière dont les agriculteurs acquièrent des informations sur leurs écosystèmes locaux, l'AgTech risque de compromettre leur autonomie, d'éroder les systèmes de connaissances traditionnels et de leur faire perdre leurs compétences.

Récit 03:

“LES ENTREPRISES GÉNÈRENT DE L’INNOVATION”

L'industrie agroalimentaire a réussi à convaincre le grand public que les nouvelles technologies hors de prix sont la clé pour résoudre le problème de la faim dans un contexte de changement climatique. Il a donc été facile pour les partisans de l'AgTech de se positionner en tant qu'"experts". Supposons que nous croyions que les technologies qui comptent vraiment sont celles qui nécessitent des équipes de scientifiques, d'ingénieurs et de codeurs pour les fabriquer, et des serveurs de données massifs pour les faire fonctionner. Dans ce cas, il est facile de croire que les entités qui ont accès à toutes ces ressources et à tous ces capitaux sont celles vers lesquelles nous devrions nous tourner pour obtenir des conseils.

L'idée véhiculée est que si nous voulons une innovation qui change le monde, nous devons faire confiance au secteur privé et lui permettre d'agir librement. Cette idée est profondément ancrée dans l'idéologie du néolibéralisme. Dans cette perspective, le rôle du gouvernement n'est pas de superviser ou de réglementer, mais de créer les conditions permettant aux entreprises d'exercer la plus grande liberté possible. Une grande partie du capitalisme de libre marché est justifiée par l'idée que la liberté des entreprises et la concurrence offrent les meilleures possibilités de recherche et développement.

Bien entendu, les entreprises ne pourraient pas faire de la recherche ou développer des produits sans des hordes de scientifiques et d'ingénieurs qui effectuent et légitimement leur travail. En cédant de plus en plus de pouvoir et de contrôle au secteur privé, les gouvernements ont en réalité poussé le financement scientifique à se détourner des institutions publiques au profit des entreprises. Une grande partie de la recherche scientifique dans le domaine de l'agriculture n'a, de ce fait, pas pour but d'étudier et d'évaluer les problèmes urgents, mais de justifier le développement de technologies par les entreprises. Cette cooptation de la science par les entreprises est rarement dénoncée ou abordée.

Pendant longtemps, l'industrie agroalimentaire a ignoré les agriculteurs et s'est placée elle-même sur le devant de la scène. Maintenant que les entreprises agroalimentaires et les institutions qui s'y sont associées ont été repoussées par la société civile pour avoir effacé le rôle des agriculteurs, elles se sont repositionnées. Les entreprises suggèrent désormais dans leurs récits que les agriculteurs leur "demandent" des solutions et qu'elles (les entreprises) ne font que répondre à cet appel. Cette stratégie permet aux entreprises de montrer qu'elles sont, contrairement aux critiques courantes, à l'écoute des agriculteurs.

Le cadrage narratif opéré par l'industrie de l'AgTech donne un rôle très spécifique aux agriculteurs par rapport à l'innovation. Les entreprises conçoivent et construisent des technologies qu'elles proposent ensuite aux agriculteurs pour qu'ils les "testent" et, plus tard, les "adoptent". Dans ce contexte, les agriculteurs ne sont pas reconnus comme des innovateurs actifs, ils sont des sujets d'essai, utilisés pour que l'industrie agroalimentaire puisse proposer ses produits à d'autres agriculteurs. Mais le discours de l'industrie présente les choses différemment : il présente les agriculteurs comme des voix essentielles qui déterminent si les technologies sont "à la hauteur" sur le terrain.

IDENTIFIER LES CONTRE-RÉCITS

Contre-Récit 01:

LES ENTREPRISES DE L'AGTECH NOUS FORCENT LA MAIN

Les organisations qui exploitent efficacement les récits qui mettent en scène les “agriculteurs/entrepreneurs”, comme One Acre Fund ou l'Alliance pour une révolution verte en Afrique, s'appuient sur un modèle de développement qui offre aux agriculteurs des paquets de semences, des produits chimiques, et parfois des outils et des financements. Ils prétendent renforcer l'autonomie des agriculteurs, mais en réalité, ils les placent dans une position de bénéficiaires passifs.

Aujourd'hui, les agriculteurs sont encouragés à adopter des nouvelles technologies et des nouvelles pratiques agricoles développées sans leur avis ni leur contribution. "Adopter" signifie "acheter". Les agriculteurs ne peuvent profiter des avantages supposés d'une technologie que s'ils l'achètent d'abord. La plupart des technologies agricoles développées par les entreprises ne sont accessibles aux agriculteurs que si elles sont subventionnées ou financées. Ces subventions prennent généralement la forme a) d'une aide financière institutionnelle directe permettant aux agriculteurs d'acheter des technologies qui seraient autrement inabordable et/ou b) d'un soutien indirect qui encourage l'agriculture industrielle en rendant la technologie moins chère par le biais d'exonérations fiscales, d'aides à la recherche et au développement ou d'autres politiques qui favorisent le développement des technologies contrôlées par les entreprises. Toutefois, ces deux formes de soutien peuvent tout aussi bien être suspendues, laissant les agriculteurs dans une situation désespérée.

Les technologies contrôlées par les entreprises sont généralement présentées comme des solutions à effets rapides, comme les semences à "haut rendement" ou les produits agrochimiques. Leur défaut est qu'elles ne peuvent fonctionner que grâce à l'introduction continue de nouveaux intrants. De la même manière que le corps humain peut devenir dépendant d'un médicament, la terre devient dépendante des intrants synthétiques. Au fil du temps, la terre s'épuise et l'arrêt des intrants peut conduire à l'effondrement de tout l'écosystème. Les entreprises rendent intentionnellement les agriculteurs "accros" à un système qui les laissera

plus tard dans une situation pire que celle dans laquelle ils se trouvaient au départ. Étant donné les difficultés économiques auxquelles les agriculteurs du monde entier sont déjà confrontés, toute solution exigeant que les agriculteurs deviennent plus dépendants des entreprises ne peut en aucun cas leur être bénéfique. Au contraire, elle mène les agriculteurs à s'endetter toujours davantage.

En outre, la grande majorité des nouvelles technologies agricoles mises en avant par les entreprises dépendent encore et toujours des combustibles fossiles, pour extraire les matériaux nécessaires à la fabrication des composants technologiques, pour fabriquer les technologies et les faire fonctionner, ainsi que pour fabriquer les produits chimiques qui devront être utilisés en même temps que les nouvelles technologies. Alors que l'industrie de l'AgTech prétend que les nouveaux outils numériques sont plus précis et alimentés par des systèmes énergétiques plus durables, la quasi-totalité d'entre eux dépend encore des combustibles fossiles. Aussi incroyable que cela puisse paraître, les entreprises peuvent affirmer sans ironie qu'elles "résolvent" la crise climatique à l'aide de technologies issues des extractions et des émissions qui sont à l'origine de la crise. Les entreprises de l'AgTech nous forcent la main de la pire des façons : en nous rendant dépendants des produits qu'elles commercialisent.

L'AgTech vante sa capacité à créer des technologies agricoles révolutionnaires, des technologies permettant de "connecter les agriculteurs au marché". Le discours de l'industrie est que les agriculteurs d'aujourd'hui sont voués à l'échec s'ils ne sont pas reliés à des plateformes de commerce électronique leur permettant de vendre leurs produits. Les plateformes que l'AgTech promeut visent en réalité moins à faciliter l'interaction entre le vendeur et le consommateur qu'à donner aux entreprises agroalimentaires un meilleur moyen de vendre leurs produits aux agriculteurs. Une fois les agriculteurs sont connectés aux plateformes numériques, grâce auxquelles leurs données peuvent être facilement suivies et récoltées, il est beaucoup plus facile pour les entreprises de les cibler avec leurs produits (semences, produits chimiques, engrais et autres technologies). En d'autres termes, la connectivité représente un moyen plus précis de promouvoir leurs produits.

Contre-Récit 02: L'ENTREPRENEUR DE L'AGROBUSINESS EST UN CONSUMMATEUR PIÉGÉ

L'essor des technologies numériques remet en question les notions d'autonomie, de propriété et de contrôle. Prenons l'exemple de John Deere, l'une des plus grandes entreprises des États-Unis, connue pour ses machines agricoles. En 2016, John Deere a suscité la controverse en installant des verrous informatiques sur ses équipements, ce qui signifie que seuls les concessionnaires agréés peuvent effectuer des réparations.¹ En d'autres termes, l'entreprise a rendu illégal le fait que les agriculteurs réparent eux-mêmes leur matériel agricole ou le confient à des ateliers de réparation indépendants. John Deere a également fait en sorte de pouvoir désactiver et arrêter les équipements à distance à tout moment. Pour ce faire, l'entreprise s'est appuyée sur deux lois relatives aux droits numériques et a affirmé que les personnes qui achètent son matériel ne possèdent ni l'outil physique ni le logiciel qu'il contient - elles achètent uniquement la licence d'utilisation.²

Les entreprises prétendent que ces technologies avancées, basées sur des logiciels, donnent aux agriculteurs plus de connaissances, de perspicacité et renforcent leurs compétences. Mais même si ces connaissances et capacités répondent aux besoins de l'agriculteur, quel en est l'intérêt s'il n'a pas d'autonomie sur la technologie ? Si une entreprise peut dicter les conditions exactes d'utilisation de sa technologie et la désactiver à volonté, elle n'appartient jamais vraiment à l'agriculteur. Si l'agriculteur n'est pas propriétaire de sa technologie, il ne pourra jamais être véritablement autonome. Et compte tenu de ce que nous savons de l'immense potentiel de collecte de données rendu possible par les nouvelles technologies, nous pouvons affirmer que ces technologies donnent aux entreprises la capacité de contrôler les agriculteurs et leurs décisions d'une manière ou d'une autre.

1 Walsh, Kit. (2016). "John Deere Really Doesn't Want You to Own That Tractor". Electronic Frontier Foundation.

2 Thomas Jeffrey Horton and Dylan Kirchmeier. (2020). "John Deere's Attempted Monopolization of Equipment Repair, and the Digital Agricultural Data Market - Who Will Stand Up for American Farmers?". CPI Antitrust Chronicle.

C'est pourquoi nous pouvons choisir de rediriger le cadrage narratif de l'"entrepreneur" (tel que présenté par ces organisations) comme un "consommateur piégé". Le terme "entrepreneur", tel qu'il est défini par les entreprises et les institutions, signifie en fait que les agriculteurs doivent s'adapter à un système qu'ils ne contrôlent pas. Ils peuvent bénéficier d'une plus grande liberté économique à court terme, mais celle-ci ne peut être obtenue que par une dépendance à long terme vis-à-vis des entreprises. L'"entrepreneur" AgTech perd en autonomie. Il est contraint de planter les graines qu'on lui dit de planter, d'utiliser les produits chimiques qu'on lui dit de pulvériser, de travailler le sol comme on lui dit de le faire et de vendre ses récoltes comme on lui conseille de le faire. L'"entrepreneur", tel que l'agro-industrie le présente, est une identité de façade, qui permet aux entreprises de rendre les agriculteurs toujours plus vulnérables en les ciblant à tous les stades de leur travail, et non plus seulement au stade final de la commercialisation de leurs produits.



RENFORCER LES RÉCITS ALTERNATIFS

AGRICULTURE = AUTODÉTERMINATION

L'AgTech présente les marchés (qu'elle dirige) et les technologies (qu'elle possède et crée) comme le seul moyen pour les agriculteurs de devenir plus stables et plus autonomes. Leurs récits partent du principe que la propriété, et en particulier qui contrôle quelque chose et prend des décisions à son sujet, n'a pas d'importance.

À mesure que les regroupements et fusions d'entreprises se multiplient dans tous les secteurs, il est de plus en plus probable que le public adopte ce point de vue et oublie que nous, en tant qu'individus, communautés et même États, étions plus autonomes par le passé. Il est facile de s'adapter sans réfléchir à une "nouvelle normalité" dans laquelle un petit nombre d'entreprises de chaque secteur détermine nos conditions de vie. Faire face à ces fusions industrielles devient intimidant. Cependant, nous pouvons résister à l'érosion de notre autonomie en redonnant du sens et de la dignité à l'idée d'autodétermination.

Le principe de l'autodétermination repose sur le contrôle de nos vies individuelles, et pour les communautés sur la possibilité de choisir leur propre avenir. Alors que beaucoup d'entre nous se sont habitués à une réalité dans laquelle nos libertés sont restreintes, le symbole même de liberté est toujours aussi puissant. Aucun être humain ne souhaite renoncer à sa liberté. Et rien n'est plus essentiel à notre liberté que la possibilité de contrôler la façon dont nous nous nourrissons et dont nous nourrissons nos communautés. Se nourrir est l'un de nos besoins humains les plus fondamentaux. Lorsque nous avons la certitude de pouvoir répondre à ce besoin, nous sommes en sécurité.

Les entreprises peuvent fermer. Les marchés peuvent s'effondrer. L'argent peut perdre sa valeur. Ce qui ne changera jamais, c'est la valeur de la nourriture. La personne la plus riche et la personne la plus pauvre du monde ont toutes deux besoin de manger. Et ce que la personne la plus riche du monde ne pourra jamais acheter, c'est le réseau de relations nécessaires pour cultiver des aliments au sein d'un écosystème local, de manière à assurer la subsistance des générations à venir. Ce n'est qu'en étant certains de pouvoir nous nourrir que nous pourrions vraiment être sûrs de nous dans d'autres domaines de notre vie.

Le révolutionnaire africain Thomas Sankara a dit : "Celui qui vous nourrit vous contrôle". Si quelqu'un d'autre dicte les conditions dans lesquelles votre communauté nourrit et soigne ses membres, alors il contrôle la survie de votre communauté, et il vous contrôle. La stratégie centrale de l'industrie AgTech consiste à rendre les agriculteurs dépendants de marchés mondiaux et de systèmes technologiques qu'ils ne contrôlent pas. Plus les agriculteurs comptent sur ces systèmes pour acquérir des connaissances et prendre des décisions, plus ils renoncent à leur autonomie. L'agriculture est porteuse d'un pouvoir souvent méconnu. Elle peut représenter une résistance face à des forces qui cherchent à extraire du monde jusqu'à la dernière goutte de profit. En ce sens, l'agriculture peut représenter un acte d'engagement envers la vie.

Nourrir nos communautés demande une quantité énorme de connaissances et d'efforts invisibles. Pendant longtemps, les agriculteurs ont été culturellement dévalorisés, conduits à croire que leur travail est moins important que celui des médecins, des avocats, des scientifiques et des ingénieurs. Les entreprises de l'AgTech laissent entendre qu'elles engagent des équipes d'"experts" dans la recherche et le développement agricoles parce qu'elles veulent rehausser et soutenir la valeur des agriculteurs. En substance, elles disent : "Vous n'avez qu'à cultiver les aliments. Nous nous occupons de tout le reste".

Nous pouvons nous opposer à ce cloisonnement en attirant l'attention sur le fait que les agriculteurs sont des scientifiques. Ils sont des ingénieurs. Ils sont des innovateurs. Ils sont des entrepreneurs. Ils sont des historiens. Ils sont des artistes. Ils sont des gardiens, des protecteurs, des défenseurs et des soignants. Alors que les entreprises encouragent les agriculteurs à renoncer à ces identités au nom de la facilité et du progrès, nous pouvons affirmer que les agriculteurs sont autodéterminés parce qu'ils possèdent cette multitude d'identités.

L'agricultrice américaine Leah Penniman a déclaré : "Pour être libres, nous devons nous nourrir". Lorsque nous contrôlons la manière dont nos communautés sont nourries, nous contrôlons notre destin. Alors que l'industrie vend l'idée que les agriculteurs pratiquent l'agriculture parce qu'ils n'ont pas d'autre choix, le récit de l'autodétermination encourage les agriculteurs à déclarer : "Je suis agriculteur par choix".

(RE) CADRER

Notre objectif est d'identifier et de contester les récits qui sont au cœur du cadrage narratif de l'AgTech. Il existe cependant des croyances et des valeurs implicites transversales et communes à tous les récits. Nous présentons ci-dessous quelques exemples clés de ces croyances et valeurs, ainsi que des propositions de recadrage.

CADRAGE AGTECH	RECADRAGE
<p>Le progrès technologique est linéaire. Nous vivons aujourd'hui l'époque la plus avancée de l'histoire de l'humanité. Nos progrès en matière d'agriculture ressemblent à un chemin continu d'innovations technologiques, depuis l'agriculture paysanne de subsistance jusqu'à l'agriculture de précision, onéreuse et pilotée par les technologies numériques. Les sociétés qui n'utilisent pas les technologies industrielles sont rétrogrades, manquent d'intelligence et vivent dans le passé.</p>	<p>La croissance est dynamique. Même si nous disposons de plus d'informations ou de nouveaux moyens de les transmettre, nous ne sommes pas meilleurs que les générations qui nous ont précédés et celles qui nous suivront. Comme nos ancêtres, nous prenons des décisions au cours de notre vie sur la manière de structurer les systèmes, qu'ils soient sociaux, politiques, économiques ou écologiques. Et comme nos ancêtres, nous commettrons de nombreuses erreurs. Faire preuve d'humilité dans la façon dont nous discutons de l'histoire nous donne la possibilité de ne pas répéter les échecs du passé et d'imaginer différents futurs possibles.</p>
<p>Le progrès technologique profite à tous. Grâce au progrès technologique exponentiel, l'humanité se porte mieux aujourd'hui que jamais auparavant. Plus les technologies sont avancées, plus l'homme jouit de sa liberté.</p>	<p>Historiquement, le progrès technologique est un moyen d'oppression. Dans un monde inégal, la technologie ne fait que consolider le pouvoir. Sans équité dans la gouvernance et la prise de décision, et sans répartition des richesses et des ressources, les nouvelles technologies sont utilisées de manière disproportionnée par une minorité pour priver le plus grand nombre de ses droits. Pour que tout le monde puisse en bénéficier, il faut repenser les systèmes politiques et économiques.</p> <p style="text-align: right;">↓</p>

CADRAGE AGTECH	RECADRAGE
<p>Contester le progrès technologique va à l'encontre de la science. La connaissance scientifique est la forme de connaissance la plus élevée et la plus objective. Seules les personnes formées au sein d'institutions académiques, ayant eu accès à des espaces privilégiés peuvent avoir des connaissances valables sur les systèmes et processus naturels. Les autres formes de connaissance sont biaisées et influencées par la superstition ou les valeurs politiques et ne peuvent être considérées comme rigoureuses ou fiables. Les tentatives de remise en question des technologies soutenues par la science sont infondées.</p>	<p>La base de la science est la recherche et la contestation. La véritable science est le fruit de la curiosité et de la critique. Au fil du temps, la recherche scientifique a été définie et remise en question par l'expérimentation et l'empirisme. Les connaissances et les questions posées par ceux qui ont vécu et travaillé en relation avec la terre sont tout aussi valables que celles des "scientifiques reconnus".</p>
<p>Nous devons contrôler la nature. Nous existons séparément de la nature, et sommes souvent en concurrence avec elle. Les ressources de cette planète sont limitées et la clé de notre survie est d'apprendre à prédire, à contrôler et même à "améliorer" la nature. Il s'agit notamment de manipuler les éléments constitutifs de la vie, à savoir l'information génétique sous forme de données. La meilleure façon d'y parvenir est d'acquérir des connaissances sur le monde naturel par le biais d'études scientifiques occidentales et d'utiliser ces connaissances pour exploiter le pouvoir de la nature à nos propres fins.</p>	<p>Nous sommes la nature. La séparation entre les mondes de l'humain et du non humain est une construction coloniale qui permet l'extraction et l'exploitation des ressources. La terre est un être vivant, notre parent, un proche, une partie de nous. Nous ne sommes pas moins liés les uns aux autres que nous ne le sommes aux arbres. Parce que nous ne dominons pas la nature, notre travail consiste à comprendre les abondantes relations écosystémiques qui existent déjà et comment nous pouvons être un bon parent au sein des systèmes vivants. L'homme ne peut prospérer que si l'ensemble de l'écosystème prospère.</p>

03

RESSOURCES



SECTEURS CLÉS DE L'AGTECH

Les informations suivantes sur les technologies agricoles ont été résumées à partir d'une [série d'articles](#) rédigés par ETC Group et publiés par Heinrich Boell Hong Kong.

Les partisans de l'agtech font partie d'un groupe plus large de "techno-solutionnistes" qui font émerger un tsunami de nouvelles technologies. Celles-ci comprennent la numérisation (la collecte et le traitement de données sur le comportement humain, l'agriculture, la pêche et les écosystèmes), la convergence bionumérique (la synthèse de nouveaux organismes et processus vivants à partir de séquences de gènes) et la géo-ingénierie (la manipulation technologique intentionnelle et à grande échelle des systèmes terrestres).

01: DIGITALISATION

Les entreprises agrochimiques ont parié sur une série de mégafusions avec des entreprises de données. Leur objectif est d'accumuler des "big data" - un volume massif d'informations permettant aux algorithmes des entreprises d'observer des motifs récurrents et de faire des prédictions et de prendre des décisions, en lieu et place de l'autonomie de l'agriculteur. Cette accumulation se fait dans des volumes de plus en plus importants grâce à des dispositifs de collecte placés dans des tracteurs autopilotés, des drones, des capteurs dans les champs, et même des dispositifs attachés aux plantes et au bétail.

Les publicités mettent en scène des agriculteurs entreprenants, smartphones à la main, qui contrôlent leurs propres données. Mais en réalité, chaque dispositif de collecte recueille et transmet des données aux centres de données des entreprises, qui utilisent leurs algorithmes pour traiter les statistiques et fournir ce que les entreprises ont appelé "l'intelligence artificielle" (IA). Quiconque possède ces ensembles de données peut ensuite les vendre comme une marchandise à des sociétés de spéculateurs fonciers, de négociants en matières premières, de fonds alternatifs (hedge funds) et de banques de semences.

En fin de compte, ce ne sont pas les agriculteurs qui détiennent les analyses et données utiles de leurs champs, mais des entreprises comme Bayer et ses partenaires (Microsoft, entre autres), qui s'approprient une vue d'ensemble numérique détaillée de l'ensemble des terres, de l'eau et des flux alimentaires. Les informations tirées de ce disque dur écologique leur permettront de mieux cibler les agriculteurs afin de les persuader - et probablement de leur imposer des contrats - d'adopter des pratiques et des produits issus des lobbys des actionnaires des méga-corporations.

Les grandes entreprises technologiques ont également investi des milliards dans des filiales spécialisées dans l'entreposage, la vente au détail et la logistique des produits alimentaires. L'accélération rapide des achats alimentaires en ligne pendant la pandémie de COVID-19 a renforcé leur contrôle sur la livraison de nourriture, la vente au détail et la distribution.

De façon générale, la digitalisation de l'alimentation et de l'agriculture s'accompagne d'une série de conséquences potentiellement graves. Outre la surveillance, l'extraction et l'exploitation accrues des personnes, la digitalisation de ces secteurs peut contribuer à la perte de compétences, au déplacement et à l'aliénation des populations. En outre, compte tenu de l'augmentation de la consommation d'énergie nécessaire à la collecte et au stockage des données, ainsi qu'à l'extraction des matières premières nécessaires à la fabrication des technologies numériques, la digitalisation fait payer un lourd tribut à l'environnement.

02: CONVERGENCE BIONUMÉRIQUE

Les progrès en matière de technologies de manipulation moléculaire comprennent notamment l'application du génie génétique à l'agriculture, à l'aquaculture et à la sylviculture. Les processus vivants sont de plus en plus réimaginés sous forme de données, qui sont ensuite extraites et traitées comme de simples marchandises. Ce phénomène s'apparente à un colonialisme des données, qui rappelle l'extraction des ressources à l'époque du colonialisme européen.

Prenons l'exemple des OGM. La plupart des OGM utilisés aujourd'hui dans l'agriculture sont conçus pour produire l'un des deux types de plantes suivants : l'une résistante aux herbicides comme le glyphosate, et l'autre produisant des substances chimiques toxiques pour les insectes. Les cultures génétiquement modifiées les plus courantes aujourd'hui sont le soja, le maïs, le colza et le coton. Contrairement aux affirmations de l'industrie, l'utilisation des OGM a en fait augmenté la nécessité de recourir à des produits chimiques toxiques et a presque toujours aggravé la situation des populations et des écosystèmes partout où ils ont été utilisés.

En raison des réactions négatives du public à l'égard des OGM, l'industrie agroalimentaire a développé une nouvelle terminologie, celle de l'"édition de gènes". Il s'agit simplement d'une stratégie de marketing ; tout ce qui a changé, c'est la rationalisation du processus d'ingénierie, qui réduit le coût de la suppression ou du transfert de matériel génétique au sein d'une même espèce ou d'espèces étroitement apparentées. CRISPR/Cas9 est la plus connue de ces nouvelles techniques de génie génétique.

Entre autres utilisations, CRISPR/Cas9 a permis le développement d'une technique expérimentale que ses inventeurs ont baptisée "forçage génétique". Cette technique permet aux scientifiques de placer en laboratoire ce que l'on pourrait appeler des "gènes exterminateurs", dans des insectes et d'autres organismes à reproduction sexuée. Ces éléments génétiques se propagent d'eux-mêmes et peuvent être transmis d'une génération à l'autre. En théorie, ces injections de gènes permettent aux ingénieurs généticiens de diffuser délibérément un code génétique particulier dans l'intention d'éliminer une population cible, souvent pour lutter contre les parasites et les maladies. De plus, ces gènes peuvent éliminer à la fois des espèces cibles et des espèces non cibles, et l'impact que ces gènes pourraient avoir sur les écosystèmes est incertain. Tout comme les pesticides et les OGM avant eux, les organismes génétiquement forcés pourraient éliminer les pollinisateurs bénéfiques, sans pour autant garantir qu'ils puissent atteindre le résultat pour lequel ils ont été conçus.

L'une des menaces immédiates liées à la commercialisation des manipulations génétiques est l'utilisation de "pesticides silencieux", qui sont des nucléotides synthétiques, tels que l'ARN artificiel, conçus pour altérer la génétique des organismes avec lesquels ils entrent en contact. Les tentatives de déploiement de microbes génétiquement modifiés dans les sols agricoles constituent un autre projet risqué.

Les "protéines alternatives", y compris les produits laitiers et les viandes ("alt-meat"), constituent un autre marché sur lequel les entreprises lorgnent pour réaliser de futurs profits grâce à la manipulation moléculaire. En réponse aux priorités politiques visant à réduire la consommation de viande, plusieurs des entreprises les plus puissantes du monde proposent aujourd'hui des produits protéiques modifiés, notamment des œufs et des produits laitiers créés en laboratoires, cultivés dans des cuves stériles contenant des micro-organismes modifiés.

03: FINTECH

Les technologies financières (également appelées "fintech") désignent l'application des technologies numériques au secteur financier. Elles englobent les paiements numériques, la gestion informatisée des marchés et les nouvelles monnaies numériques, telles que les crypto-monnaies, de plus en plus médiatisées par l'utilisation des blockchains. Les termes associés à la fintech, tels que "contrats intelligents", dissimulent à la fois leur forte consommation d'énergie (le coût environnemental des blockchains qu'ils requièrent) et le fait qu'ils confient le contrôle des ressources à des sociétés qui n'ont de compte à rendre à personne.

La fintech peut également inclure la financiarisation et le commerce des "services écosystémiques" (terme utilisé par les entreprises pour désigner les moyens naturels par lesquels les écosystèmes rendent la planète vivable), tels que les cycles du carbone, de l'azote et de l'eau. L'objectif est de monétiser chacun de ces services naturels par l'intermédiaire de plateformes financières numériques.

L'AGTECH AU SERVICE DE PLUSIEURS SECTEURS

L'AGTECH POUR LES INVESTISSEURS

Le terme "AgTech" est utilisé pour susciter des investissements dans de nouvelles start ups. Dans ce contexte, l'AgTech est présentée comme un concept phare parce qu'elle est synonyme d'opportunité pour les investisseurs : sa valeur consiste uniquement à répondre aux besoins des agriculteurs ou des consommateurs dans la mesure où ils constituent un nouveau marché, mais surtout, l'AgTech est présentée comme une brillante idée dans le but d'inciter les "investisseurs providentiels" à engager leur argent. Si elle bénéficie d'une publicité suffisante et de l'illusion que les technologies en jeu pourraient créer un nouveau marché, l'AgTech a le potentiel pour devenir une bulle financière et un moyen de gagner rapidement de l'argent grâce à la spéculation.

L'AGTECH POUR LES GÉANTS DE LA TECH

Depuis l'essor d'outils comme l'Intelligence Artificielle (IA) et la Blockchain, les entrepreneurs sont constamment à la recherche de nouvelles façons de mettre la main sur les algorithmes qui ont été développés pour la reconnaissance faciale ou la technologie financière. Leur objectif est de les appliquer à de nouveaux domaines, dans le but de développer des entreprises prospères. Pour les grandes entreprises technologiques, l'agriculture représente un domaine où les compétences, les outils et les méthodes qu'elles ont déjà développés peuvent être utilisés pour générer de nouveaux profits.

L'AGTECH AU SERVICE DE L'AGRICULTURE ET DE L'ALIMENTATION

Depuis la révolution verte, les grandes entreprises agricoles et alimentaires s'efforcent de s'approprier une part de plus en plus importante de la valeur de l'agriculture. Elles s'efforcent de trouver des outils qui permettront aux agriculteurs de dépenser moins dans la main-d'œuvre et dépenser plus dans diverses technologies, notamment les semences "sur mesure" et les engrais chimiques. Les investissements de ces entreprises dans le domaine de l'AgTech sont présentés comme des opportunités de "rationaliser les processus" et "d'atténuer les perturbations", mais l'effet principal qui est recherché est l'extension de leur contrôle sur la chaîne alimentaire industrielle. Lorsqu'elles s'adressent aux hommes politiques et aux décideurs, les grandes entreprises agroalimentaires ont tendance à formuler leurs préoccupations en termes de "nourrir le monde" et de protéger la chaîne alimentaire du dérèglement climatique. Cela correspond parfaitement aux intérêts des géants de la technologie et des investisseurs du domaine de l'agro-technologie. Il s'agit ici d'extraire le plus de valeur possible pour leurs actionnaires, et ce par tous les moyens nécessaires.



ANALYSE DES MÉDIAS 101

Un des leviers dont disposent les mouvements sociaux pour accroître leur impact consiste à prendre le temps de comprendre comment et quand les médias rendent compte des questions qui les préoccupent. Ce petit guide propose une approche qui consiste à analyser un échantillon de médias d'information en ligne*. Les résultats peuvent fournir à ces mouvements des informations précieuses pour créer des contre-récits et constituer une base solide pour une analyse narrative plus approfondie.

Cette approche en 5 étapes n'est pas coûteuse et ne prend pas beaucoup de temps. Si vous choisissez les bonnes sources médiatiques, 10 à 15 articles devraient vous donner un aperçu des récits dominants et des contre-récits. La plupart des analyses et des recommandations peuvent être réalisées en 5 jours environ, en fonction de la complexité de la question et du volume de la couverture médiatique.

*Cette approche ne couvre pas les réseaux sociaux.

ÉTAPE 01: ETUDIER LE PAYSAGE MÉDIATIQUE

Durée estimée : 0,5 jour

RECHERCHE

Commencez par rechercher des informations en ligne afin d'avoir un aperçu de la manière dont les médias traitent de votre sujet ([Google News](#) est une option gratuite). Votre recherche se concentrera probablement sur les principaux journaux quotidiens et médias audiovisuels, mais elle pourra également porter sur des revues scientifiques ou des médias spécialisés dans un domaine particulier.

TERMES CLÉS

Gardez en tête que les journalistes peuvent parfois utiliser des termes différents lorsqu'ils se réfèrent à une question donnée. Pour vous assurer que votre recherche vous donne des résultats et une couverture satisfaisants, établissez une liste restreinte de termes couramment utilisés.

QUESTIONS

1. Au cours des derniers mois, quelle a été l'ampleur de la couverture médiatique de la question que vous analysez ?
2. Quels sont les principaux médias qui couvrent - ou ignorent - la question ?
3. Dans quelle mesure les articles examinent-ils la question en profondeur ?
4. Les articles couvrant la question sont-ils répartis sur l'ensemble du spectre sociopolitique, ou font-ils uniquement écho à des idées politiquement alignées ?

REMARQUES

Écrivez vos réponses. Écrivez également le nom des articles qui traitent de la question de manière plus approfondie.

Vous constaterez peut-être que certains articles sont repris par différents organes d'information. Les journaux reprennent souvent des articles publiés dans des médias grand public ou achètent des articles à des agences de presse internationales (telles que Reuters, l'Agence France-Presse et Pan-African News Wire). Les sources de ces rediffusions ont une grande influence sur la façon dont les récits sont diffusés dans les médias. Pensez donc à en ajouter une à votre sélection pour l'analyse de l'étape 2. Notez le nom de la source originale (qui est généralement citée en tête des articles rediffusés), ainsi que le nom de l'auteur original, s'il est indiqué. Vous pouvez recommander d'investir du temps pour trouver les coordonnées des principaux journalistes et organiser une séance d'information à leur intention, dans le cadre de votre liste d'actions à l'étape 5.

ÉTAPE 02: PRÉPARER. PRIORISER. PLANNIFIER.

Durée estimée: 0,5 jour

Avant de commencer à analyser des articles, fixez des objectifs et des paramètres clairs pour que votre recherche reste gérable. Les questions suivantes peuvent constituer un bon point de départ.

QUESTIONS

1. Quel est l'objectif de l'analyse ?
2. Quelles sont les zones géographiques ou les pays les plus importants pour votre sujet ?
3. Quel est le cadre temporel le plus important pour votre sujet (par exemple, une réunion décisionnelle spécifique ou une "avancée" technologique) ?

SÉLECTIONNER LES ARTICLES

Utilisez les notes que vous avez prises à l'étape 1 pour sélectionner les 10 à 15 articles qui vous semblent les plus pertinents pour votre recherche.

Votre liste comprendra probablement une sélection des articles plus approfondis que vous avez identifiés et certains des articles sources, en raison de leur portée et de leur influence.

ORGANISER LES ARTICLES

Dressez la liste des articles que vous avez sélectionnés, en indiquant le nom du média, la date de l'article, le nom du journaliste et le sujet qui lui est attribué dans le reportage (environnement, science, technologie, politique, etc.).

REMARQUES

Lorsque les articles sont rédigés par des correspondants politiques (et non par des journalistes spécialisés dans l'environnement ou la science/technologie), cela peut indiquer que l'intérêt de la population pour la question est élevé et qu'elle est inscrite à l'ordre du jour des décideurs. C'est à ce moment-là que les mouvements ont le plus de chances d'interpeller les médias et d'influencer l'opinion publique.

ÉTAPE 03: ANALYSE

Durée estimée: 1,5 jours

Une fois que vous avez défini vos paramètres, structurez votre approche en sélectionnant des catégories d'analyse.

Les catégories les plus courantes sont les suivantes :

- A. Cadrage narratif et fausses hypothèses
- B. Formulation et ton
- C. Langage visuel
- D. Message
- E. Messenger

Notez vos résultats pour chaque catégorie et recherchez les thèmes communs à l'ensemble de vos articles.

A. CADRAGE NARRATIF ET HYPOTHÈSES

Il s'agit probablement du facteur le plus important à prendre en compte pour déterminer les récits dominants. Pour analyser le cadrage narratif (ou récit), réfléchissez à la manière dont les journalistes relient un sujet aux histoires populaires qui existent déjà dans l'esprit des gens. Les cadrages reflètent un point de vue ou un état d'esprit spécifique. Ils comportent des associations d'idées fortes qui peuvent être négatives ou positives, et leur utilisation tend à activer ces associations dans l'esprit des lecteurs. En identifiant les cadres utilisés dans chaque article, vous pouvez déterminer certains des messages sous-jacents que les articles font passer, ou les hypothèses qu'ils formulent. Une fois les cadres identifiés, il est facile d'évaluer les récits qu'ils soutiennent (et ceux qu'ils occultent), et de déterminer si les hypothèses sous-jacentes sont vraies ou fausses.

Les articles qui suivent les récits dominants commencent souvent par une fausse hypothèse, souvent dans le titre et/ou le premier paragraphe. Les fausses hypothèses les plus courantes sont que l'urgence d'une politique ou d'une technologie particulière l'emporte sur les risques. Par exemple, il est urgent de modifier génétiquement les cultures pour nourrir le monde, ou de modifier le génome des moustiques pour protéger les millions d'enfants qui meurent du paludisme. Dans les médias occidentaux, ces récits sont souvent étayés par des hypothèses de besoin de la part des pays en développement, afin de justifier l'imposition de technologies ou de modèles agricoles particuliers, par exemple.

Lisez les articles que vous avez sélectionnés et réfléchissez à la manière dont chacun d'entre eux présente le problème en question.

- 1. Quels sont les récits qui vous semblent vrais, partiellement vrais ou faux ?**
- 2. Quels sont les sujets, les angles ou les points de vue abordés, et quels sont ceux qui sont ignorés ou qui occupent une place moins centrale que d'autres ?**
- 3. Quels sont les titres qui reposent sur des hypothèses erronées véhiculées par ceux qui défendent la thèse dominante ?**

Recherchez des motifs qui se répètent et des tendances dans les reportages et notez vos conclusions pour chaque article.

B. FORMULATION ET TON

Approfondissez chaque article. Y a-t-il des mots, des phrases, des métaphores ou des statistiques qui reviennent souvent ? Vous pouvez commencer par poser ce genre de questions :

- 1. Pourquoi ce mot, cette phrase ou cette métaphore ont-ils été choisis ?**
- 2. A-t-il été choisi pour déclencher une émotion particulière ou une hypothèse sous-jacente chez le lecteur ?**
- 3. Le langage utilisé est-il porteur de préjugés implicites (généralement issus d'une hypothèse erronée) ?**
- 4. Le langage utilisé justifie-t-il ou légitime-t-il certaines personnes/institutions ? En proscrie-t-il d'autres ?**

Par exemple, les reportages des médias qui s'orientent vers le discours dominant sur les organismes génétiquement modifiés (OGM) font souvent référence à la société civile en tant qu'"éco-guerriers". Cette étiquette finit par renforcer l'idée que la résistance aux OGM est un point de vue extrémiste défendu par un groupe minoritaire de la population, plutôt qu'une opinion majoritaire.

C. LANGAGE VISUEL

Au-delà des mots, prêtez attention aux images utilisées. Les images peuvent être tout aussi puissantes pour renforcer les préjugés, mais elles ont tendance à être négligées dans les analyses. Les graphiques ou les photographies choisis pour illustrer un article donnent souvent un aperçu du point de vue de l'organe de presse ou d'un journaliste en particulier, et peuvent servir à renforcer le récit dominant.

Examinez attentivement les images pour voir quels sont les messages sous-jacents qu'elles véhiculent. Posez-vous les trois questions énoncées

dans la section B. Demandez-vous si elles s'appuient sur une supposition erronée du lecteur, comme le besoin urgent d'une technologie particulière, ou si elles véhiculent une "solution" à un "problème", présenté à travers un cadre narratif déformé.

Par exemple, de nombreux articles sur les technologies agricoles montrent des scientifiques en blouse blanche travaillant dans des laboratoires de haute technologie. Ces images visent à susciter un sentiment de confiance dans la science. Elles servent à minimiser les craintes suscitées par la technologie en question. Dans de tels cas, lorsque vous faites référence à ces personnes lors de vos échanges, il peut être utile de dissiper cette hypothèse en les appelant "ingénieurs" ou "technologues" au lieu de "scientifiques".

SOURCES TIERCES

Dans un souci d'indépendance, les médias préfèrent s'approvisionner eux-mêmes en matériel visuel. Cependant, les contraintes de coût et de temps les amènent souvent à accepter des documents visuels provenant d'autres sources. Les partisans du récit dominant et du contre-récit peuvent ainsi faire passer leurs messages de manière extrêmement efficace.

Les visuels fournis par des sources tierces sont crédités. Vérifiez les crédits pour voir s'ils ont été fournis par des partisans d'un récit dominant. Réfléchissez à la manière dont vous pouvez contrer tout message visuel déformé par le biais de votre matériel de communication ou en fournissant vos propres images aux médias.

Par exemple, les photographies de personnes touchées par un problème - ou manifestant contre celui-ci - sont largement publiées. Si vous pouvez les fournir, assurez-vous qu'elles sont de bonne qualité et, idéalement, qu'elles contiennent votre message principal. Fournir ce type de photos à l'occasion de réunions politiques, où les journalistes manquent de contenu visuel, peut s'avérer particulièrement efficace.

D. MESSAGE

Les journalistes sont chargés de présenter des informations modérées mais, consciemment ou non, ils présentent souvent les messages de manière à renforcer le récit dominant.

- 1. Dressez la liste des principaux messages véhiculés par chaque article.**
- 2. Y a-t-il un juste équilibre entre les citations de chaque "camp" de l'argument ; chaque point de vue est-il équitablement représenté ?**
- 3. Comparez cette liste aux messages clés de votre organisation afin d'évaluer dans quelle mesure les médias en font état. Si c'est le cas, notez comment et quand ils sont traités. Sont-ils présentés de manière à faire avancer votre campagne ou comme une voix marginale (un "clin d'œil" journalistique pour rassurer sur le fait qu'ils couvrent bien "les deux côtés") ? Faites le même exercice pour le récit dominant et comparez les deux listes.**

E. MESSENGER

Les personnes citées dans un article sur un sujet donné ont un impact sur la manière dont ce sujet est présenté au public.

1. Notez quels groupes sont cités le plus souvent, ainsi que le nombre de personnes citées dans chaque groupe, et créez un tableau pour vous aider à analyser les raisons pour lesquelles certains groupes sont cités plus que d'autres.
2. Vérifiez quelles citations soutiennent les différentes opinions exprimées dans le dialogue autour d'une question et évaluez si chaque article présente un équilibre d'opinion ou non.
3. Notez combien de fois et qui est cité comme représentant de votre organisation ou de votre mouvement.

Recherchez les citations qui soutiennent les opinions des décideurs politiques, les experts universitaires, etc. Recherchez les personnes clés en ligne. Cherchez à savoir pour qui ils travaillent, qui finance leur travail et quels sont leurs objectifs en tant qu'organisation ou en tant qu'individu. N'oubliez pas que la plupart des grandes entreprises emploient des sociétés de relations publiques pour gérer leur communication. Si vous le pouvez, cherchez qui sont ces sociétés. Cela vous donnera un aperçu de la "machine" organisationnelle que vous défiez, ainsi que des personnalités et des dynamiques de pouvoir qui la composent.

Certaines entreprises ont investi dans des analyses et des commentaires médiatiques sur des questions controversées, telles que les OGM. La plupart de ces investissements sont confidentiels, mais il vaut la peine d'effectuer une recherche rapide en ligne. Par exemple, le [Wellcome Trust](#) finance [ce blog](#) sur les sujets scientifiques faisant l'objet d'un débat social. Bien que ces sources soient financées par les partisans du discours dominant, elles peuvent fournir des informations précieuses et des angles à explorer lors de l'élaboration de contre-discours.

ÉTAPE 04: TIREZ DES CONCLUSIONS

Durée estimée : 1,5 jours

ÉVALUEZ VOS RÉSULTATS

Prenez le temps d'évaluer les résultats que vous avez recueillis et de rechercher des tendances dans les catégories ci-dessus. Si vous avez sélectionné des articles à différents moments (par exemple, autour d'une période de réunions politiques décisionnelles), vous pouvez identifier des changements dans les styles de reportage ou les différents niveaux de partialité au fil du temps.

De manière générale, lorsqu'une question émergente ou une nouvelle technologie commence à faire l'objet d'un débat social plus large, les médias réagissent en posant des questions plus approfondies. De même, lorsqu'une question est sous les feux des projecteurs politiques, l'intérêt des médias est accru et les journalistes recherchent activement de nouveaux angles d'attaque. Ces moments représentent des opportunités clés pour l'intervention et l'influence de la société civile, car les journalistes sont susceptibles d'écouter plus attentivement d'autres points de vue, et d'être ouverts à de nouveaux angles ou "pistes" d'investigation.

Dressez la liste des médias et/ou des journalistes qui sont les plus favorables à votre cause, et de ceux qui ne le sont pas. Rappelez-vous que la partialité des médias peut être attribuée à plusieurs raisons, notamment au fait que de nombreux journalistes n'ont peut-être pas enquêté de manière approfondie sur leur sujet par manque de temps, ou qu'ils ont peut-être été informés par des partisans du récit dominant. Il convient de se demander si certains journalistes ne pourraient pas bénéficier d'une séance d'information aux médias ou d'un entretien individuel.

ÉVALUEZ VOS PROPRES COMMUNICATIONS

Examinez vos propres interventions dans les médias afin de déterminer si les messages clés et le langage utilisé pour les transmettre soutiennent votre position narrative ou s'ils renforcent involontairement le discours dominant. Par exemple :

PRÉJUGÉS

Vérifiez si votre matériel de communication présente la question d'une manière qui contrecarre tout parti pris. Veillez à ne pas renforcer le récit dominant dans vos contre-récits - abordez l'histoire avec vos propres termes.

CITATIONS

Vérifiez si les citations attribuées à vos "porte-paroles" pourraient être ajustées pour mieux aborder les aspects qui sont ignorés ou déformés. Vérifiez le ton de vos citations. Réfléchissez aux valeurs que votre mouvement souhaite véhiculer, qu'il s'agisse de "confiance" et de "vérité", ou d'"expertise" et de "perspicacité", par exemple. Assurez-vous que toutes les citations que vous utilisez reflètent vos valeurs de façon claire pour le lecteur. Si l'émotion peut être efficace, n'oubliez pas que de nombreux lecteurs peuvent ne pas partager votre passion ; utilisez donc le langage émotionnel avec précaution et veillez à ce qu'il n'occulte pas vos valeurs clés.

LANGUAGE

Réfléchissez aux images, mots et au ton qu'il serait bon d'éviter, ou à ceux qui pourraient jouer en votre faveur. Certains mots sont par exemple utilisés de façon erronée par les médias. D'autres sont mis en avant par les partisans d'une technologie ou d'un problème. Les métaphores émotionnelles sont parfois utilisées pour préconiser l'adoption d'une technologie, dans d'autres circonstances c'est l'appel à un imaginaire négatif qui sert à décrire ses détracteurs. Voyez si vous pouvez réutiliser leur langage dans vos propres communications afin de rediriger les connotations négatives pour décrire la technologie même.

STYLES DE NARRATION

Envisagez d'autres styles de narration pour contrer les représentations erronées, comme les études de cas. Par exemple, une étude de cas sur la façon dont les petites exploitations agricoles africaines ont assuré la sécurité alimentaire de leurs communautés pendant la pandémie de COVID-19 pourrait contribuer à perturber les récits de besoins, utilisés pour justifier l'importation de technologies agricoles controversées. Cette histoire est mise de côté par certaines agences d'aide parce qu'elle ne correspond pas à l'agenda narratif de leurs mécènes.

VOIX

Le public est plus réceptif aux messages lorsqu'ils sont transmis par une personne en qui il a confiance ou à laquelle il s'identifie d'une manière ou d'une autre. Il est important que les personnes les plus touchées par une question soient les premières à s'exprimer, mais l'inclusion d'autres messagers peut être un moyen stratégique d'atteindre différents publics. Il peut s'agir de célébrités ou d'universitaires jouissant d'une bonne réputation dans des domaines concernés. S'ils sont d'accord avec vos objectifs et qu'ils sont prêts à donner leur aval à vos messages par le biais d'éditoriaux ou d'interviews, leur engagement peut être un moyen puissant d'accroître la portée et l'influence de votre mouvement.

SUIVRE L'ARGENT

Évaluez s'il est utile de faire connaître la dynamique du pouvoir et le financement d'une question ou d'une technologie particulière.

STEP 05: DÉFINIR DES RECOMMANDATIONS

Durée estimée : 1 jour

1. Classez par ordre de priorité les actions qui auront le plus d'impact sur votre mouvement et celles qui peuvent être mises en œuvre efficacement dans le cadre de vos ressources.
2. Élaborez un plan d'action et un calendrier. Les actions peuvent inclure:
 - A. Une révision de vos messages et de votre matériel de communication
 - B. Une formation aux entretiens pour vos principaux "porte-parole"
 - C. L'organisation d'une séance d'information pour (ou de réunions individuelles avec) des journalistes influents dont vous pensez qu'ils pourraient bénéficier de faits et de statistiques plus précis ou de votre point de vue.
 - D. S'Engager avec des personnes qui peuvent apporter une caution tierce à vos messages, en tant qu'experts ou communautés affectées.
 - E. Peaufiner votre liste de contacts avec les médias et renforcer vos relations avec les journalistes ou les médias influents en répondant rapidement aux demandes d'interview et en leur fournissant de nouveaux angles d'attaque ou des informations générales utiles. Vous pouvez également envisager de proposer un article en exclusivité à un journaliste de confiance à l'occasion.
 - F. Réviser vos plans de communication pour vous concentrer davantage sur les événements spécifiques qui ont suscité l'intérêt des médias, et éventuellement engager votre propre photographe afin de pouvoir offrir aux médias des images de vos manifestations lors de ces événements.

Présentez les résultats de vos recherches et vos recommandations, au format de votre choix. Partagez les avec vos collègues grâce à une présentation PowerPoint. Vous pouvez utiliser les catégories définies ci-dessus pour mettre en valeur votre expertise.

Illustrations réalisées par Pilar Emitxin
Design réalisé par Tom Joyes

Crédits

Page 23, Photo by Liyanawatte/Reuters

Page 29, Photo by Emilio Garcia

Page 43, Photo by Duong Tri

Page 56, Photo by Bannon Morissy



A GROWING CULTURE

