Hypocrisie et confusion autour de la confidentialité sur Internet

Article pour "l'Anticapitaliste" :

https://npa2009.org/actualite/entreprises/hypocrisie-et-confusion-autour--e-la-confidentialite-sur-internet

Le printemps dernier a été riche en annonces et promesses des mastodontes du Net. Zuckerberg qui disait l'idéologie de la vie privée comme dépassée il y a 10 ans en revient et prend pour nouveau slogan « The future is private ». Depuis l'élection de Trump et l'usage détourné du fonctionnement des annonces de Facebook, les événements n'ont cessé de creuser et ternir l'image de ces quasi-institutions de nos interactions quotidiennes : entre exploitation massive et non-contrôlées des données, fuites et failles de sécurités.

« Le futur est privé » : recette de nettoyage 2 en 1

Sur Internet, nous ne sommes que des cibles marketings. Internet ne l'a pas inventé. La diffusion d'émission à la radio ou à la télé correspond à certains profils. Sur Internet, cette segmentation des cibles est juste beaucoup plus élaborée et fine grâce à l'ensemble des connaissances qu'un système peut avoir sur vous. Certaines plate-formes segmentent et s'adressent à certains générations, d'autres selon le statut social ; il y en a aussi des quasi-universelles. Les publics différents, les usages différents impliquent des attentes différentes, notamment sur la « confidentialité ». Un espace publicitaire a d'autant plus de valeur qu'il s'adresse à des clients potentielles. Or s'interdire de délimiter ces cibles potentielles, c'est faire perdre de la valeur aux encarts d'annonce, donc des profits à ces plate-formes. La marche des gouvernements n'est résolument pas d'empêcher ce type de traitement comme expliqué plus bas.

L'opération est une embrouille : les plate-formes ont besoin de vous connaître mais font mine d'abandonner de le faire.. Google peut bien enterrer les « cookies » dans son Chrome, Chrome envoi déjà des tas d'infos à Google sans cookies. On sait dorénavant tracer l'activité d'un.e internaute grâce au « fingerprint », littéralement ses empreintes. Les caractéristiques d'un terminal sont testés via différents scripts et constituent donc une identification continue. Dans le même sens, on se défend d'utiliser

les données des utilisateurs/trices pour mieux taire l'usage des meta-données (on distingue le contenu du contexte du contenu) : quand vous partagez un selfie sur un réseau social, ce n'est pas votre sourire benêt qui intéresse la plate-forme, c'est les meta-données de la photo (date & heure, géolocalisation) qui permettra alors de promouvoir un commerce, un service, à proximité.

Les gouvernements français et européens s'approprient les outils d'exploitations des GAFA

L'UE est loin de vouloir porter un coup d'arrêts à l'exploitation automatisée des données, bien pire encore ces récentes directives des droits d'auteurs et lois anti-terroristes s'appuient justement sur ces outils pour, dans un cas établir une forme de rémunération, dans l'autre censurer du contenu… selon des modalités de temps de traitement que seuls ces géants sont en mesures de répondre (via l'IA) et qui pourtant s'applique à l'ensemble du web. Une manière de promouvoir un savoir-faire technique en prestation pour des plate-formes n'ayant pas les mêmes moyens ?

L'appelée « taxe GAFA » de Bruno Lemaire est-elle même le fruit d'un débat tranché au sommet de l'État : oui, ces empires peuvent exploiter et faire de l'argent sur les données privées des utilisateurs et utilisatrices, mais comme tout produit échangé/vendu en France, l'État en récupère une taxe.

Pour des plate-formes appropriables par tou.te.s

Il faut partir du fait que ces sites et réseaux occupent une place hégémonique ou centrale sur les services qu'ils proposent. Il est bien sûr possible de militer et de conscientiser les gens sur leurs usages, les alternatives plus respectueuses ou les méthodes pour diminuer leurs émissions de données, mais « gagner des parts de marché » dans ce cadre n'est-il pas une illusion ? Dans tous les cas, un pouvoir des travailleuses et travailleurs veillerait à démarchandiser les données individuelles, exproprieraient les capitalistes de leurs gestions et financements, permettant alors de se passer de publicités. Les algorithmes et codes sources de traitements des données pourront être ouvertes et audités librement. Cette fin du tracking et de l'exploitation des données individuelles permettra d'ouvrir la voie à un renforcement de la sécurité de ces données.

Crédit photo: By Maurizio Pesce from Milan, Italia - David Marcus on stage at Facebook's F8 Developers Conference 2015, CC BY 2.0, https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=50996180

Frédérick Lorie, le 12 août 2019