

Facebook, Twitter, Instagram... OK, le produit c'est vous. Et donc ?



Le modèle économique d'un réseau social, c'est d'offrir des services gratuits à ses membres en échange de la revente de leurs données à des tiers. Vous n'étiez vraiment pas au courant ?

Avec Hugues
Serraf

On en apprend vraiment de belles concernant Facebook ces jours-ci. Figurez-vous que votre réseau social préféré refille volontiers vos données individuelles [à des tiers](#), lesquels en profitent pour tenter de vous vendre des trucs ou de vous suggérer pour qui voter...

Dingue alors ! Moi qui pensais qu'il s'agissait d'un service public à but non-lucratif essentiellement chargé de m'aider à garder le contact avec mes vieux potes du lycée ou à organiser des soirées diapos virtuelles avec les cousins au retour des vacances !

J'en suis encore tout retourné.

Et je ne suis pas le seul, d'ailleurs. Si j'en crois mon « mur », la plupart de mes 12 milliards d'« amis » en sont au moins aussi bouleversés : « *Quoi ? Qu'ouïs-je, qu'entends-je, qu'acoustiquais-je ? Les photos, les adresses, les numéros de téléphones, les messages confidentiels, les coups de coeurs littéraires, culinaires et musicaux, les horaires de trains et d'avion, les signatures de pétitions, les likes de programmes de partis, bref, la totalité des informations personnelles que je déverse volontairement à gros bouillons dans cet entonnoir numérique ne sont pas immédiatement enfermées dans un coffre ? Et l'affreux Zuckerberg les commercialise, par dessus le marché ?!* »

L'expression « si c'est gratuit, c'est que vous êtes le produit » a pourtant été élevée au rang de cliché depuis un bail et, à vrai dire, c'est plutôt l'ampleur de la surprise qui surprend. Oui, les réseaux sociaux jouent les rabatteurs pour Amazon et Darty ; oui Google et Yahoo font [du profilage pour la plupart des partis politiques](#) ; oui, la plupart des sites Web déposent [de petits biscuits au chocolat](#) dans la mémoire de vos ordi à chacune de vos visites...

comptes de réseaux sociaux. Ou, au minimum, réfréner les épanchements trop privés de leurs états d'âme sur la toile. Ça ne les empêchera pas d'être pris en filature par le GPS de leur smartphone, bien sûr, mais ça limitera la casse.

La semaine prochaine, nous nous pencherons sur la stratégie secrète des chaînes de télévision gratuites, dont le projet sournois serait de permettre à des vendeurs de voitures et de machine à laver d'accéder à votre temps de cerveau disponible entre deux émissions de variétés. « *Hein ? Quoi ? Vraiment ? Quel cynisme ! C'est tout un monde qui s'écroule...* ».