

## Les pratiques anti-consentement : dire non ?

Les GAFAM basent leur modèle d'affaire sur le capitalisme de surveillance. Il s'agit d'un modèle d'affaire où l'entreprise crée de la richesse grâce aux données des internautes qui utilisent ses services. Dans ce modèle d'affaire, il est important d'obtenir le plus de données possibles afin de générer le maximum de revenus. Cela a donc un impact sur les pratiques des GAFAM, car ces entreprises adoptent des stratégies qui vont parfois à l'encontre de plusieurs valeurs féministes et de l'action communautaire autonome.

### Le « non » est absent ou difficile d'accès

L'option de dire non est souvent cachée ou rendue très difficile à réaliser. Aussi, plusieurs plateformes comme Facebook suppriment carrément la possibilité de dire non. Cela crée un climat où l'internaute va potentiellement finir par cliquer sur « Oui » à l'enregistrement de ses données personnelles, juste pour ne plus recevoir de notifications. Il ne s'agit pas d'obtenir un consentement éclairé, mais plutôt de faire céder face à l'insistance.

### Le « non » est punitif et mène à l'exclusion

Les GAFAM offrent parfois l'option de dire « non » à la collecte des données personnelles. Cependant, la contrepartie proposée est d'arrêter d'utiliser leurs services. Un exemple : « Notre nouvelle politique de confidentialité prendra effet dans 10 jours. Si vous n'êtes pas d'accord avec les termes de service, vous pouvez supprimer votre compte avant sa prise d'effet ». Ce type d'option est punitive, car elle oblige l'internaute à se priver d'un service qui est parfois très important pour plusieurs raisons : c'est la boîte de courriel utilisée depuis plusieurs années, c'est le réseau social qui permet de garder le lien avec ses proches, c'est le compte dans lequel toutes les photos de famille sont enregistrées, etc. Il s'agit donc ici de jouer sur le confort fonctionnel et psychosocial des internautes afin de maintenir l'engagement avec l'outil malgré les changements de pratiques de confidentialité.



Voulez-vous enregistrer votre mot de passe ?

OUI  PLUS TARD



## Les pratiques anti-consentement : se désengager

Les GAFAM basent leur modèle d'affaire sur le capitalisme de surveillance. Il s'agit d'un modèle d'affaire où l'entreprise crée de la richesse grâce aux données des internautes qui utilisent ses services. Dans ce modèle d'affaire, il est important d'obtenir le plus de données possibles afin de générer le maximum de revenus. Cela a donc un impact sur les pratiques des GAFAM, car ces entreprises adoptent des stratégies qui vont parfois à l'encontre de plusieurs valeurs féministes et de l'action communautaire autonome.

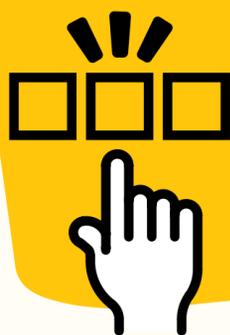
### **Opt out** plutôt que **opt in**

Sur plusieurs plateformes en ligne ou logiciels proposés par les GAFAM, des options de collecte de données sont déjà activées au départ. La responsabilité revient à l'internaute de trouver ces options et de les désactiver. Ce type de pratique s'appelle « opt out », c'est-à-dire qu'on est présumé-e engagé-e dans les différentes options jusqu'à ce qu'on se désengage. À l'opposé, les logiciels libres fonctionnent selon le modèle du « opt in ». C'est-à-dire que l'internaute doit activement manifester son engagement avec les différentes fonctions proposées. Le logiciel libre tend donc à obtenir un consentement éclairé, contrairement aux GAFAM.

### **C'est plus facile de rester engagé-e**

Même lorsqu'il existe des options de désengagement, elles sont souvent rendues plus difficiles à utiliser à l'aide de plusieurs stratagèmes, par exemple : écrire le « OK » plus grand que le « Modifier mes choix » ; écrire le « Oui » dans une couleur plus facile à voir et écrire le « Non » dans une couleur moins visible comme le gris clair sur fond blanc ; pouvoir accepter la collecte de données en un seul clic, mais devoir modifier individuellement plusieurs options si on refuse ; etc. Face à cette inégalité entre les deux options, il est plus simple de cliquer sur l'option la plus accessible. Et c'est le « Oui ».

**Nos partenaires et nous collections des informations sur votre navigation.**



OK

Modifier mes choix

**Si Modifier : veuillez faire votre choix individuellement pour les 50 partenaires ci-dessous...**

## Les pratiques anti-consentement : maintenir la vulnérabilité

Les GAFAM basent leur modèle d'affaire sur le capitalisme de surveillance. Il s'agit d'un modèle d'affaire où l'entreprise crée de la richesse grâce aux données des internautes qui utilisent ses services. Dans ce modèle d'affaire, il est important d'obtenir le plus de données possibles afin de générer le maximum de revenus. Cela a donc un impact sur les pratiques des GAFAM, car ces entreprises adoptent des stratégies qui vont parfois à l'encontre de plusieurs valeurs féministes et de l'action communautaire autonome.

### Les changements réguliers

Il n'est pas toujours facile de maîtriser un nouvel outil technologique. Dans ce contexte, les GAFAM rendent difficile la familiarisation avec leurs pratiques de confidentialité de différentes manières : les mises à jours fréquentes des politiques de confidentialité, les modifications régulières de la mise en page des paramètres, les options qui sont supprimées ou reformulées, la réinitialisation des options de confidentialité, etc. Quand les options à connaître changent souvent, il devient difficile de se souvenir de ce qu'on a accepté ou non. On peut difficilement parler de consentement dans ce contexte. Aussi, cela représente un véritable problème, particulièrement pour les personnes et organismes dont la confidentialité des informations est un enjeu de sécurité ou encore pour les personnes déjà impactées par les différents aspects de la fracture numérique.

### Les formulations qui portent à confusion

Quand on ne connaît pas toutes les subtilités du vocabulaire utilisé par les fournisseurs d'outils numériques, dont les GAFAM, on peut décider de laisser des options activées par crainte de mal faire. On peut se retrouver face à des formulations floues comme « témoins de navigation d'analyse de la performance du contenu ». Même si cela laisse penser que ces témoins de navigation sont nécessaires pour vérifier que le contenu fonctionne correctement, ce type de témoins, ou cookies, ne sont pas toujours nécessaires et sont parfois aussi utilisés à des fins marketing. On peut aussi lire des formulations qui incitent à garder son compte connecté si on est sur son ordinateur personnel, sous prétexte que la déconnexion serait seulement nécessaire sur des appareils publics. Or, le fait de garder sa session connectée est surtout une pratique utile pour les GAFAM, car cela permet de continuer de collecter des informations même lorsqu'on n'utilise pas activement le service.



**Vous nous quittez déjà ? Notez que vous ne devez vraiment vous déconnecter que si vous utilisez un appareil public.**



**C'est mon appareil personnel, RESTER CONNECTÉ**