

# Les Léviathans V. Vie privée, informatique et marketing dans le monde d'avant Google

Dans notre ère désormais numérique il nous arrive parfois d'être pris d'un léger vertige tant le flux tourbillonnant de l'actualité porte des coups brutaux à notre représentation du monde. C'est alors qu'un pas de côté est salutaire.

Apprendre avec Meltdown et Spectre que même le matériel, en l'occurrence le processeur, comporte des failles critiques, ou plus récemment que par dizaines de millions des profils Facebook ont été exploités pour manipuler l'opinion à des fins politiques, voilà le genre d'affaires qui défraient la chronique, mais qui nous demandent un peu de recul.

Dans la continuité de sa série des [Léviathans](#), [Christophe Masutti](#) nous propose aujourd'hui avec Léviathans V de prendre un peu de distance avec le capitalisme de surveillance pour mieux en appréhender et déconstruire le mode opératoire.

Pour commencer, il nous invite à remonter aux années 1960 aux États-Unis et découvrir que l'exploitation des données personnelles par le marketing numérique (certes moins sophistiqué qu'aujourd'hui) était une réalité dès la constitution des premières banques de données. Au point que très tôt des mouvements d'opinion sont apparus pour s'opposer aux dangers des atteintes à la vie privée. On verra donc à quel point ni la collecte de données personnelles à des fins marchandes ni les légitimes oppositions qu'elle soulève ne sont dans leur principe des phénomènes nouveaux.

Historiquement, c'est l'informatique bancaire qui s'est trouvée comme à l'avant-garde de cette collecte structurée qui va constituer les bases de données. Mais entre le climat de la

Guerre froide et la méfiance des citoyens américains alors jaloux de leur liberté, les protestations sont vives. Dès le début des années 1970 certains déjà redoutent un monde où l'individu serait sous totale surveillance grâce aux technologies informatiques.

Les tentatives pour contenir par un cadre juridique l'exploitation des données privées étaient trouées d'exceptions dont les entreprises commerciales ont évidemment profité. Grâce à l'informatisation croissante du traitement de données, il leur devenait facile de déterminer des types de consommateurs et d'anticiper sur leurs désirs d'achat : dès avant 1980, le profilage était né.

Christophe Masutti retrace le chemin parcouru depuis : comment les données vont devenir une ressource monnayable, comment dès le début des années 1990 on peut proposer un modèle économique où chacun vendrait ses données (ça ne vous rappelle rien ?), comment s'est développé le business juteux du commerce des données, au point d'alimenter les méga-corporations que nous connaissons aujourd'hui, et quelles voix se sont élevées, opposant la liberté au profilage et à la segmentation sociale qu'impose cette économie de la surveillance.

En définitive, le parcours historique et analytique que vous allez lire est à la fois surprenant – puisque *tout était déjà là*, et éclairant – car c'est ainsi que *nous en sommes arrivés là*.

\* \* \*

Comme le texte de l'article est un peu long (une trentaine de pages au format A4 plus une abondante bibliographie), nous vous en proposons la lecture hors-ligne en téléchargeant ci-dessous le fichier .pdf (avec liens actifs pour le parcourir) en complément de la [version .html \(sur le site de l'auteur\)](#)



Cliquez sur  
l'image pour  
télécharger  
*Léviathans V* de  
**Christophe Masutti**  
au format .pdf  
(210 Ko) (ou sur  
[Hal-shs](#))

\* Crédit image [Robert Nix](#) (CC BY-2.0)

**Pour aller plus loin : la série d'articles sur le framablog**

- [Les nouveaux Léviathans Ia](#)
- [Les nouveaux Léviathans Ib](#)
- [Les nouveaux Léviathans IIa](#)
- [Les nouveaux Léviathans IIb](#)
- [Les nouveaux Léviathans III](#)
- [Les nouveaux Léviathans IV](#)
- [Les Nouveaux Léviathans V](#)
- [Les anciens Léviathans I](#)
- [Les anciens Léviathans II](#)