

Les Connards Pro™, capter les données des cons-

-sommateurs. Les données des consommateurs. Cet épisode inédit des Connards Professionnels™ vous invite à découvrir le monde merveilleux du capitalisme de surveillance, où l'on donne ce qui nous est le plus personnel : notre attention.

Le retour des Connards Pros™ avec des épisodes inédits !

Afin de fêter leur retour, **le Framablog souhaite publier, chaque semaine pendant un mois, un des épisodes inédits** de ce travail... de connards, il faut bien le dire !

Le Guide du Connard Professionnel est un livre-BD scénarisé par Pouhiou et dessiné par Gee, placé dans le domaine public volontaire. Nos comparses viennent d'ailleurs de le publier en un joli livre, qui se télécharge librement mais s'achète aussi dans sa version papier si vous voulez soutenir les auteurs.

Pouhiou & Gee

BA\$TARD\$, INC
Le Guide du **connard** professionnel



ptilouk.net
ÉDITIONS

« Le guide du consultant que nos consultants consultent. » – J. O. McKinsey

« Si t'as pas lu ce livre, t'as raté ta vie. » – J. Séguéla

« Respect et dividendes 🍷👉 » – E. Musk

Cliquez sur l'image pour télécharger et/ou acheter le livre.

Pour réussir à votre tour dans la profession de consultant en connardise, vous pouvez :

- lire les 22 épisodes du guide (dont 4 inédits) sur le site connard.pro, remis à neuf pour l'occasion ;
- télécharger l'ebook à prix libre ou acheter le livre papier (co-édité par notre maison d'édition Des Livres en Communs)
- vous rendre à une des deux séances de dédicaces
 - à Toulouse le 19 et 20 novembre au Capitole du Libre
 - à Paris le 8 décembre à la librairie ALivr'Ouvert
- réserver votre soirée sur une des deux représentations d'une version *remaster deluxe edition* de leur masterclass « Capter et exploiter l'attention des cons- »
 - à l'école 42 de Paris, le 6 décembre à 18h, grâce aux ami·es de La Contre-Voie
 - au CICP de Paris, le 8 décembre à 20h, grâce aux copaines de Ritimo

En attendant, voici un nouvel épisode du guide, intitulé :

20. Capter l'attention des cons

Ce que l'on apprend lorsqu'on expérimente sur les humains, c'est que ce n'est qu'une première étape. C'est un marchepied, en quelque sorte, qui vous le mettra à l'étrier d'une aventure à laquelle tout Connard dans l'âme se doit d'aspirer : manipuler une culture, une civilisation entière.

Pour ce faire, il vous faudra œuvrer à façonner un système si complexe, si ingénieux, si empreint de tout votre art que tout apprenti connard ne pourra que vous considérer comme un Maître.

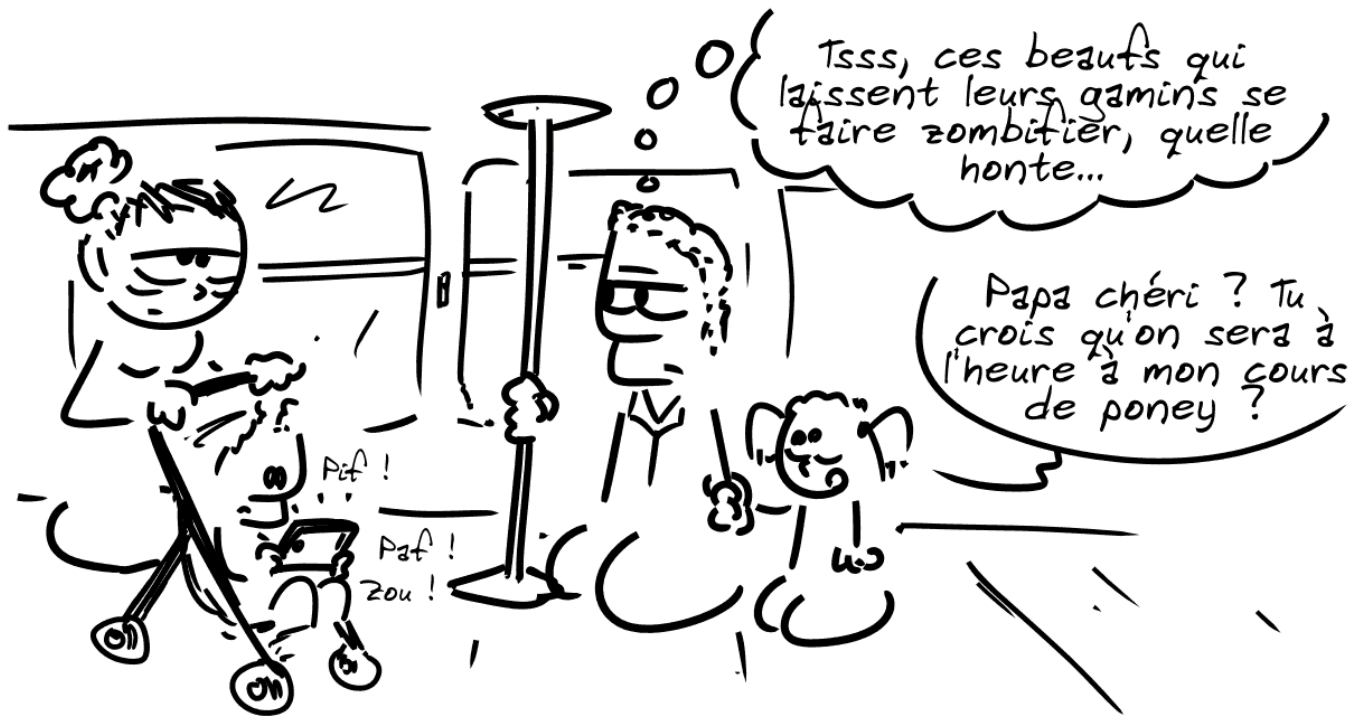
Le chef-d'œuvre qui m'a pris tout mon temps, durant ces quelques années de hiatus, a été nommé par des spécialistes le : « Capitalisme de surveillance ».



Il va de soi qu'un système aussi raffiné se doit d'être exhaustif et intègre. Il est ici nullement question de créer une mécanique dont moi et les miens serions exempts. Cela indiquerait aux rouages de ce système qu'ils pourraient s'en extraire, rendant tout le système caduc dès le départ.

Or, si l'on pense en bon connard, un bon système est un système où l'on se soustrait à toutes les contraintes, souffrances et autre pénibilités... en les faisant ruisseler sur autrui. Dans un système de type capitaliste, l'astuce consiste à être riche, pour se nicher au sommet de la pyramide, quitte à chier sur les épaules de ceux d'en dessous.

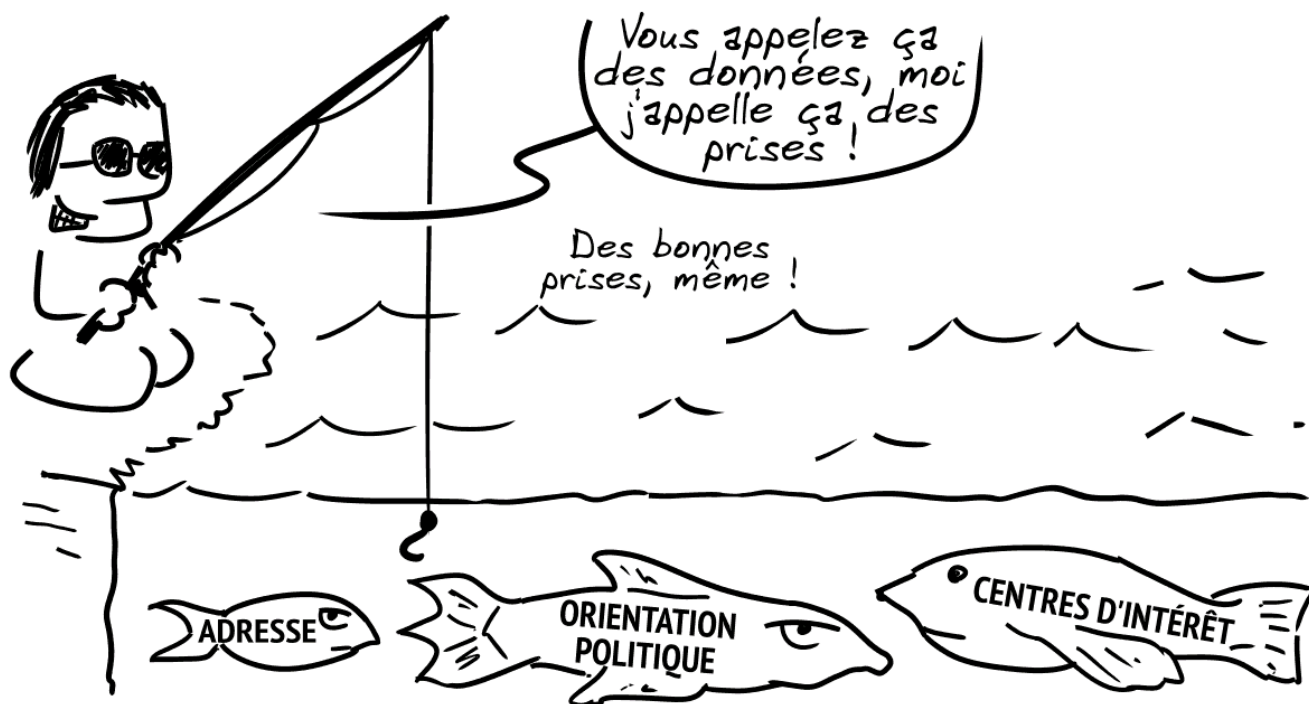
Ainsi, seuls les pauvres seront affectés par la pénibilité du système. Or, ne nous le cachons pas, ils l'ont bien mérité : ils (ou, pour user de leur argot vernaculaire : « iels ») sont pauvres.



Tout comme il est inutile de deviner qui de la poule ou de l'œuf... Ne perdons pas de temps à savoir qui était là en premier : la pauvreté ou la bêtise. Le fait est qu'il s'agit d'un cycle naturel où l'un entraîne l'autre.

C'est en profitant de ce cercle vertueux que j'ai pu imposer à la populace mes termes, mon vocabulaire. C'est ainsi grâce à ma connardise que l'on parle communément de « données personnelles ».

C'est intéressant d'appeler nos comportements des *données*. Cela fait penser à quelque chose que l'on *donne*. Comme si le commun des consommateurs avaient le pouvoir. Le choix. La responsabilité de leurs *données*.



En tant que connards professionnels, il ne faut jamais laisser nos cibles penser avec leurs propres mots : cela pourrait leur donner des idées. Ainsi, n'oublions pas que dans « données personnelles », j'ai ajouté le mot *personnelles*.

Voilà que le consommateur moyen va se dire que ses comportements sont ses données à lui, presque sa propriété. D'un simple mot, j'isole cette personne, je le condamne à être un individu, séparé des autres individus, ne pouvant plus s'allier à eux pour remettre collectivement en cause mon beau système.

Or, si l'on regarde d'un pur point de vue technique, le web a été fait par et pour des animaux sociaux, et n'existe que pour faire du lien. Aucun de vos comportements ne concerne que vous, ils racontent votre rapport aux autres, aux choses, au monde.

De votre date de naissance (qui indique ce que faisaiet, ce jour-là, les corps qui vous ont fait naître), à votre géolocalisation (qui indique qui vous allez voir, avec qui, et souvent pourquoi), vos comportements sont quasi exclusivement sociaux.

Béh kwoua ? Mon choix de rouler bourré aussi, il est personnel ! Comme mes données !



De ces comportements sociaux, on peut très vite déduire un portrait assez fin de chaque personne dans sa relation aux autres. Dans le jargon, on appelle cela un « graphe social ».

Vous avez certainement, sur votre smartphone, des applications qui ont accès à votre carnet de contact (elles vous remercient, d'ailleurs). Ce qui signifie que si vous tournez autour d'un nouveau crush, cette application saura quand vous rentrez son 06 dans vos contacts.

Si, par ailleurs, j'ai accès à un autre fichier qui note la géolocalisation de téléphones identifiés par leur numéro, je peux donc savoir qui tourne autour de qui, quand est-ce que les téléphones passent la nuit ensemble et donc à quel moment leur faire afficher des publicités pour des sous-vêtements affriolants, des préservatifs ou des pilules du lendemain.



C'est bien là l'avantage des comportements sociaux : on peut noter ce que l'on veut sur qui l'on veut, car même les personnes qui n'ont pas de smartphone ou de comptes sur les plateformes ont des amis qui en ont.

Notez bien cependant qu'il est important de respecter la loi comme un connard. Ainsi, puisqu'en France il est interdit de fichier les opinions politiques ou orientations sexuelles, je m'interdis scrupuleusement de fichier quiconque comme « votant à droite » ou comme « pédé comme un sac à dos ». Par contre, j'ai beaucoup de monde dans les cases « souhaite la réduction de ces charges qui nous étouffent » et « intéressé par la culture gaie ».

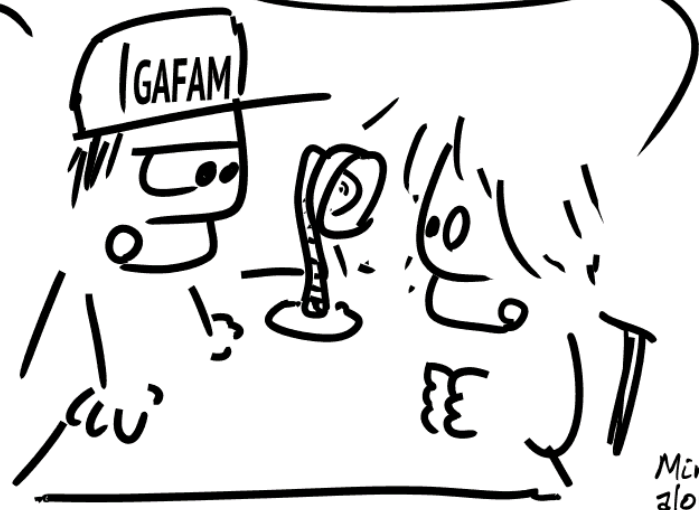
Ne désespérons pas : la route est longue mais la loi change, et même un pas après l'autre : on avance. Récemment, le fichage des opinions politiques et orientations sexuelles a été autorisé à la police française. C'est là un signe d'espoir qui nous permet de rêver.

Alors comme ça, vous habitez au 46 de la Boustifaille et vous bossez chez Glunch ?

Mais comment vous savez ça ?!

Votre GPS nous dit que vous faites le trajet aller-retour entre les 2 endroits toute la semaine...

On sait additionner 2 et 2, voyez-vous...



Il faut dire que, à l'instar de la délation et de la collaboration, le fichage est une tradition culturelle forte. Pour le web, cela a commencé avec les cookies. Le principe de base était simple : des nerds et des gratte-papier faisaient des sites web qui attiraient l'attention de gens, qui consommaient les contenus.

Les premiers connards du web s'en sont rendu compte, et sont allés à la source. Tiens petit nerd qui se dit webmestre, tu veux des belles statistiques pour savoir ce qui est lu ? Voici Bastards Analytics, tu le mets sur ton site web et ça ajoute juste un petit cookie. Et toi, gratte-papier, tu veux des jolies polices d'écriture pour ton blog ? Alors utilise mes Bastards fonts, y'aura juste un cookie, mais ce sera tellement joli.

Et puis... puis ça a explosé. Les cookies de mes copains installaient mes cookies, les pisteurs se partageaient des données entre eux... Ah, ça ! Quand on a pas connu on ne se rend pas compte, mais aux débuts du web marchand, y'en avait partout, c'était beau, c'était... hyper communautaire, en fait.



Et c'est là qu'est arrivée la tuile. LE truc que nos lobbyistes n'ont pas pu dérailler.

RGPD.

Il fallait demander aux consommateurs leur consentement, comme s'ils savaient ce qui est bon pour eux ! Alors oui, bien sûr, au début c'était la tuile, mais cela fut en fait un bon défi de connard. Comment faire en sorte que les consommateurs détestent le consentement au moins autant que nous ?

On peut vous dire que pour arriver à un tel résultat, y'a des années d'expérience et (oui, osons le mot) du talent.



Appuyez sur play pour voir l'extrait de la conférence correspondant à cet épisode

Liens utiles

- Site officiel : connard.pro
- Acheter ou télécharger librement le livre
- Dédicaces
 - à Toulouse le 19 et 20 novembre au Capitole du Libre
 - à Paris le 8 décembre à la librairie ALivr'Ouvert
- Événements Mobilizon de la conférence théâtralisée
 - à l'école 42 de Paris, le 6 décembre à 18h
 - au CIGP de Paris, le 8 décembre à 20h