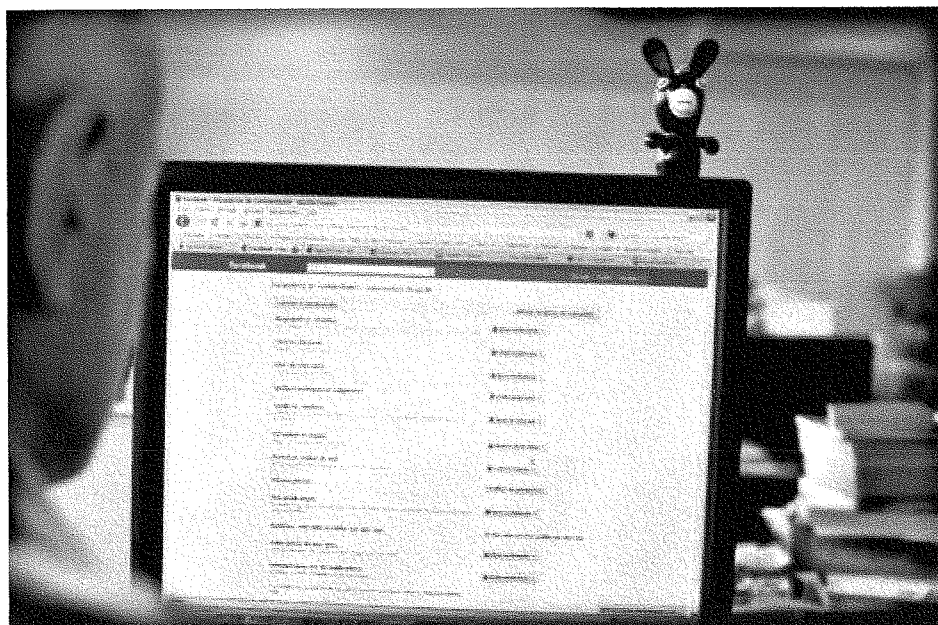


VIE PRIVÉE | Le réseau social annonce un changement «radical» de l'organisation des paramètres de confidentialité.



© LAURENT GUIRAUD | Sur le site Facebook. Une pléthore de paramètres de confidentialité, dont certains dispersés et parfois peu clairs. Les dirigeants de Facebook promettent une «simplification radicale».

JEAN-CHARLES CANET | 27.05.2010 | 00:00

«Trop tard Facebook! Nous sommes allés de l'avant. Ton temps est écoulé.» Elles sont désormais innombrables, les réactions désobligeantes des internautes – ici celle d'un lecteur de Minneapolis sur un blog du New York Times – irrités par la légèreté avec laquelle les dirigeants de Facebook ont abordé jusqu'ici la question du respect de la vie privée.

Hier, quelques détails de la refonte de l'organisation des paramètres de confidentialité du réseau social ont été dévoilés. Une de plus, dira-t-on, mais cette fois dans le but d'aboutir à une «simplification radicale» selon Chris Cox, vice-président «produits». Cette modification, qui pourrait être imminente, succède à de multiples interventions de Mark Zuckerberg, notamment lundi dernier dans une tribune du Washington Post, qui ressemblent plus à celles d'un pompier acculé que d'un jeune fondateur serein. «Facebook a grossi trop vite», confesse-t-il avant de concéder que le nombre de paramètres de confidentialité actuels (une cinquantaine!) et leur éparpillement n'étaient pas de bonnes idées.

Options larges par défaut

En janvier dernier pourtant, Zuckerberg déclarait encore que «la norme sociale a évolué ces dernières années», une affirmation qui lui permettait de justifier une

politique à géométrie variable en matière de respect de la vie privée. Avec notamment des options de diffusion des informations par défaut bien plus permissives que restrictives. A charge de l'utilisateur de les changer en se rendant dans les options du site. Le hic est que ces options sont devenues pléthoriques, dispersées, difficilement compréhensibles et avec des effets qui ne sont pas immédiatement vérifiables. D'où la rupture du contrat de confiance que ressentent de plus en plus d'utilisateurs du réseau social.

En attendant de pouvoir vérifier si les dernières promesses de Facebook ont une quelconque valeur, le possesseur d'un compte a encore le choix de se démettre ou de continuer à mettre les mains dans le cambouis. Voici quelques pistes.

Un petit contrôle tout d'abord. Le site reclaimprivacy.org (en anglais uniquement) propose un outil qui scanne la perméabilité de votre compte. Cela consiste à mettre le lien «Scan for Privacy» en signet et de l'actionner après s'être rendu dans la partie «Compte/Paramètres de confidentialité » sur Facebook. Des voyants vert, orange et rouge permettent de se faire une idée en un coup d'œil.

Modifier les options. Sauf changement de dernière minute, la plupart se trouvent sous «Compte/Paramètres de confidentialité», mais une petite pernicieuse peut être, par exemple, dénichée sous «Compte/Paramètres du compte» onglet « Publicités Facebook».

Mettre Facebook au purgatoire. Suivre «Compte/Paramètres du compte» onglet « Paramètres» afin de le mettre en sommeil. Il sera toujours possible de le réactiver en cas de confiance retrouvée.

La solution radicale: supprimer son compte définitivement. Comme par hasard, il s'agit de l'option la mieux cachée. Il faut suivre « Compte/Aide» et taper dans le champ de recherche «Supprimer compte» puis cliquer sur «Je veux supprimer mon compte de manière définitive». On a vu plus simple, effectivement.