

*English version will follow*

*Conférence MCETECH sur les technologies du e-commerce*

Atelier

## L'individu numérique : entre profilage et vie privée

Avec l'arrivée d'outils posés comme producteurs du vivre-ensemble – on songe en particulier aux médias dits sociaux, à l'intelligence artificielle et aux Big Data au cœur des processus décisionnels –, le phénomène technique constitue désormais un *universum* de plus en plus incontournable. La production de traces numériques, entre autres, est vectrice d'un profilage de plus en plus précis pour chaque individu connecté indiquant ses habitudes de consommation, ses goûts et intérêts, ses activités régulières et préférences politiques. La géolocalisation, tout particulièrement, permet désormais de suivre pas à pas l'individu dans son parcours journalier, parcours qui suscite un intérêt de la part des gouvernements, mais aussi un intérêt clientéliste, commercial et publicitaire.

Interroger les dynamiques sociotechniques contemporaines exige, bien sûr, d'aborder les diverses instrumentalisation jamais indépendantes du contexte sociohistorique de leur actualisation, mais également de soulever la question du vivre-ensemble lui-même, plus spécifiquement cerner les caractéristiques de l'individu numérique. Est-il un client (CRM), un consommateur (systèmes de recommandations), un citoyen disposant d'une vie privée garantie par les lois, un être « émancipé » (médias socionumériques) ou un suspect (profil de sécurité) ? Sommes-nous face à l'émergence d'un nouveau paradigme anthropologique (*homo numericus*), d'une nouvelle ère économique (client numérique) ou d'une construction sociopolitique d'un nouveau mode de vivre ensemble (gouvernementalité algorithmique) ? Sous les angles de l'informatique, la gestion, le marketing, la sociologie et la communication politique, cette journée d'étude vise à susciter une réflexion de fond sur ces questions et enjeux, tout en espérant établir des ponts interdisciplinaires.

Sur la base de cette mise en contexte, les participantes et les participants à cet atelier sont invité-e-s à réfléchir aux questionnements suivants, énoncés à titre indicatif et sans être exclusifs :

- 1) fondements méthodologiques et épistémologiques du profilage informatique;
- 2) captation de données, gestion de l'expérience consommateur et respect de la vie privée;
- 3) commerce électronique, marketing, profilage et système de recommandation;
- 4) problèmes de sécurité informatique (partage des données médicales, données bancaires, etc.) et exploitation de brèches dans la protection de la vie privée;
- 5) responsabilité et éthique des producteurs de systèmes informatiques et plateformes web;
- 6) banalisation de la surveillance.

L'atelier est ouvert aux communications en français ou en anglais.

## CALENDRIER

- 2 mars 2015 : envoi de l'appel à communication
- 10 avril 2015 : date limite de réception des propositions de communication (environ 500 mots)
- 17 avril 2015 : notification aux auteurs
- 13 mai 2015 : atelier, lors de la conférence MCETECH au Hyatt Regency – Complexe Desjardins

Veillez envoyer vos propositions à Maude Bonenfant, à l'adresse suivante : [bonenfant.maude@uqam.ca](mailto:bonenfant.maude@uqam.ca)

## COMITÉ ORGANISATEUR

- Maude Bonenfant, Département de communication sociale et publique (UQAM)
- Albert Lejeune, École des sciences de la gestion (UQAM)
- Hafedh Mili, Département informatique (UQAM)
- André Mondoux, École des médias (UQAM)

---

*6th International MCETECH Conference on e-Technologies*

Workshop

### The digital self: reconciling profiling and privacy

With the proliferation of tools that, purportedly, promote connectedness (e.g. social media) and better decision making (e.g. big data approaches), the *Homo Digitalus* that we have become can no longer escape the “technology matrix”. Every technological tool leaves a numerical trace that contributes to defining an increasingly/scaringly accurate profile of our life habits, consumption patterns, political leanings, opinions, likes and interests. Global positioning-aware applications trace every steps of our daily itineraries, enabling marketers to entice us with conveniently located products and services, and government agencies to assess our needs for public services to better address them, or, more sinisterly, to find grounds for disqualifying us from such services, to closely monitor the “lonely wolves” among us and thus gather info about all of us on the places we visit and the people we come near to.

Are we witnessing the emergence of a new anthropological paradigm (*Homo Digitalis*), a new economic model (digital customer), or a new socio-political order, characterized by algorithmic governance? Who is the *Homo Digitalus*? Is he, first and foremost, a *consumer*, whose needs must be anticipated—if not manipulated—and whose appreciations must be captured and channelled? Is he a citizen, enjoying a legally guaranteed right to privacy? Is he an uncensored free thinker, or a potential security threat—unless proven otherwise?

The purpose of this workshop is to discuss the issues raised by the emergence of what we might call the “digital self”, from various perspectives, including information technology, management, marketing, sociology, and political communication, with the avowed goal of building bridges between the various disciplines, at least in recognizing the problems, and hopefully, in proposing solutions. We are seeking contributions that address some of the non-exhaustive list of topics:

- 1) Epistemological and methodological foundations of user profiling.
- 2) Data acquisition, customer experience management, and consumer privacy.
- 3) The use and abuse of customer profiling for e-commerce (e-marketing, recommender systems, etc.).
- 4) Do the developers of software platforms for capturing and exploiting user profiles have sociological or ethical responsibilities?
- 5) How secure are our IT systems, and whose problem is it (e.g. security breaches with medical and financial data)?
- 6) Have we let our guard down on surveillance? The fallacy (or not) of the “nothing to hide” argument?

We welcome your contributions in both French and English.

#### **IMPORTANT DATES**

- Call for papers : March 2<sup>nd</sup>, 2015
- Deadline for abstract submission (500 words): April 10<sup>th</sup>, 2015
- Notification to authors: April 17<sup>th</sup>, 2015
- Workshop date: May 13<sup>th</sup>, 2015, collocated with the MCETECH conference at the Hyatt Regency – Complexe Desjardins

Please e-mail your abstracts to Maude Bonenfant at [bonenfant.maude@uqam.ca](mailto:bonenfant.maude@uqam.ca)

#### **ORGANIZING COMMITTEE:**

- Maude Bonenfant, Département de communication sociale et publique (UQAM)
- Albert Lejeune, École des sciences de la gestion (UQAM)
- Hafedh Mili, Département informatique (UQAM)
- André Mondoux, École des médias (UQAM)