

Diagonales : Comment échapper à la publicité contextuelle

17-06-2012

Le brevet d'un dispositif permettant d'évaluer l'humeur d'un internaute à partir des usages qu'il fait du réseau a été récemment déposé. Nous sommes déjà habitués à recevoir des publicités et des emails en rapport avec les pages web que nous consultons. Nous devons nous attendre à voir demain s'afficher sur nos écrans et arriver dans nos messageries des offres variant selon nos changements présumés d'humeur.

Inutile d'interdire les cookies ou de paramétrer les anti-spams pour ne pas recevoir ces futures propositions : il suffira d'être d'humeur égale pour y échapper.

Jean-Jacques Salomon

jjsalomon@oomark.com