

# Facebook en de onmogelijkheid van echte privacy <sup>1</sup>

Daniëlla Provost – maart 2015

ZOVEEL MOGELIJK  
*inhoud*  
**DELEN** MET  
ZOVEEL MOGELIJK  
*mensen*

**'If it's free, you're the product'**: facebook is nog altijd een (grotendeels) gratis dienst. En toch stijgen Dhr. Zuckerberg en co. elk jaar in de Forbes' 400 lijst. Er valt dus grof geld mee te verdienen. En dat enkel en alleen omdat de gebruiker eigenlijk het product is dat 'verkocht' wordt. Facebook biedt een gigantische inkijk in hoe mensen of eerder 'consumenten' zich gedragen, en dat tot in de meest persoonlijke details. Die informatie is goud waard en geven we eigenlijk met z'n allen gratis weg.

## PII

Facebook verzamelt PII: personally identifiable information. Deze informatie wordt dan gebruikt (en doorverkocht) om gerichte advertenties te verspreiden.

PII is alle informatie die je kan identificeren als individu. Terwijl een IP-adres enkel iets zegt over de pc van waarop iets gebeurt, zegt PII wat je persoonlijke gewoontes zijn, op welke sites je surft, hoe je online-koopgedrag eruit ziet,... Je bent dus herkenbaar als persoon met naam en toenaam.

Dit staat helemaal los van de privacy-instellingen. Privacy-instellingen zorgen ervoor dat je informatie zoveel mogelijk afgeschermd wordt van andere gebruikers. Tegen Facebook zelf en alle 'third parties' en wat zij te weten komen over jou, kan je je niet beveiligen. Als je een account hebt op facebook, stem je er impliciet mee in dat facebook die gegevens over jou verzamelt.

Dat verzamelen stopt niet wanneer je uitgelogd bent van facebook. Via de cookies op je pc, is alles wat je op internet doet perfect traceerbaar en opgenomen in een database, ook wanneer je uitgelogd bent.

Iedereen heeft het wel al meegemaakt dat je iets specifiek zoekt op internet (niet eens via facebook) en dat je een paar dagen later 'toevallig' aanbiedingen voor dat (of een gelijkaardig) product in de advertenties op facebook ziet verschijnen. Dat fenomeen is bekend als 'behavioral retargeting': dat slaat op een methode waarin bezoekersgedrag van een website wordt vastgelegd, met als voornaamste doel een poging doen tot het bepalen van de bezoeker zijn interesses om zodoende een betere afstemming te kunnen creëren in websitecontent. Dit heeft consequenties voor de reclame die je overal ziet verschijnen (het alomtegenwoordige zalando), maar op termijn zal dit ook de resultaten van je zoekopdrachten gaan bepalen. Facebook is trouwens niet de enige internetgigant die deze methodes gebruikt, ook Google kwam hiervoor al vaker in de media.

Adverteerders kunnen er ook voor kiezen om heel gericht reclame te verspreiden naar afgelijnde doelgroepen, gekozen op basis van leeftijd, geslacht, regio, opleidingsniveau, al of geen kinderen, wel of geen I-phone,...

---

<sup>1</sup> Bron: Provost, D., *Veelgestelde vragen rond het gebruik van social media in de hulpverlening- V5*, Steunpunt Algemeen Welzijnswerk, maart 2015, pg. 17-19.

<http://www.kennisplein.be/Documents/Online/FAQ%20Facebook-organisatie%20V5.pdf> (geraadpleegd 15/10/2015)

Daarenboven scant facebook alle posts die mensen plaatsen. Alles wat je schrijft, wordt 'gezien' en geregistreerd. Facebook zegt zelf dat ze dit vooral doen om criminele feiten op het spoor te komen, maar heel vermoedelijk dient dit ook een marketing-doel. Facebook bewaart ook al je niet geplaatste posts. Even iets getypt en toch gedeleted? Facebook houdt dit bij. Facebook wil weten of je 'zelfcensuur' gepleegd hebt, niet wat je getypt hebt. (hoewel ze dat technisch gezien perfect kunnen nagaan) Hiermee wil de sociale netwerksite het gedrag van zijn gebruikers beter begrijpen. Uiteindelijk wil Facebook deze zelfcensuur binnen de perken houden, want door "een gebrek aan gegeneerde content verliest Facebook waarde", luidt het. De sociale netwerksite bestempelt je beslissing om content 'achter te houden' dus als iets slechts. 'Secrets are lies, privacy is theft' (Dave Eggers, *The Circle*, 2013)

Dit heeft gevolgen voor de cliënten:

Vb. binnen een geheime facebook-groep rond financiële hulpverlening of schulden, zal er wel al eens iets vallen over 'geld', 'krediet', 'schulden', 'leningen',... Op die manier is het heel goed mogelijk dat de leden van deze groep veel meer reclame gaan krijgen voor 'goedkope leningen kredieten' en andere bedrieglijke reclame. Bijkomend worden veel facebook-groepen (los van inhoud) sowieso al geteisterd door spam rond leningen en dergelijke. Zie [deze link](#).

Daarom blijft het essentieel om goed na te denken over een kwalitatief gebruik van dit medium. Wetende dat je automatisch meegezogen wordt in het hele marketing-gegeven. Wanneer je werkt met een kwetsbare doelgroep, kan je die mensen, tegenstrijdig genoeg, via facebook blootstellen aan nog meer valkuilen.

Facebook past ook heel regelmatig zijn privacy policy aan. Vaak in heel uitgebreide en moeilijk te lezen teksten. De nieuwste aanpassingen werden in het voorjaar van 2015 een feit. Belangrijke wijziging is onder andere dat Facebook op elk moment zal kunnen controleren waar je je bevindt. (als je de app op je smartphone hebt geïnstalleerd). En dit zelfs als je niet ingelogd bent op Facebook. Vrij vergaand dus. Er wordt nu veel ophef gemaakt over het feit dat facebook je profielfoto en sommige posts naar hartenlust kan gaan gebruiken, dit is echter al jaren het geval.

Facebook is ondertussen volop zijn software voor gezichtsherkenning op het punt aan het stellen. Bij elke foto die iemand post, zal Facebook met een zeer grote graad van accuraatheid weten (én kunnen taggen) wie er op die foto staat (als het facebook-gebruikers zijn).

## **Facebook en copyright**

Als je iets op facebook zet, behoudt je het copyright maar geef je aan facebook een licentie: het recht om die zaken te gebruiken (zoals ze het willen). Deze licentie eindigt wanneer je je account verwijdert, *tenzij* je de inhoud gedeeld hebt met anderen die deze inhoud niet verwijderd hebben. Aangezien op facebook alles vroeg of laat gedeeld wordt, blijft de licentie van facebook gelden en kunnen ze je foto's, teksten,...blijven gebruiken. (tenzij je iedereen die het ooit met je gedeeld heeft kan overhalen om het te wissen).

Om de zoveel jaren posten verschillende mensen een tekst die ervoor zou zorgen dat Facebook niets van je gepost materiaal mag gebruiken. Deze posts zijn totaal zinloos. Op het moment dat je een account maakt, teken je eigenlijk een contract met Facebook. Deze overeenkomst kan je enkel verbreken door je account te verwijderen. Niet door dus eenzijdig een post te plaatsen waardoor jij dan de voorwaarden van de overeenkomst zou veranderen. [Hier](#) lees je er meer over.

Denk er ook aan dat je profielfoto en omslagfoto altijd publiek zijn en dat je facebook toestemming hebt gegeven om die foto's te gebruiken (bijvoorbeeld om reclame te maken). Die toestemming heb je gegeven op het moment dat je een account hebt aangemaakt en hebt geklikt dat je akkoord gaat met de algemene voorwaarden. (natuurlijk nadat je ze aandachtig gelezen had ☺).