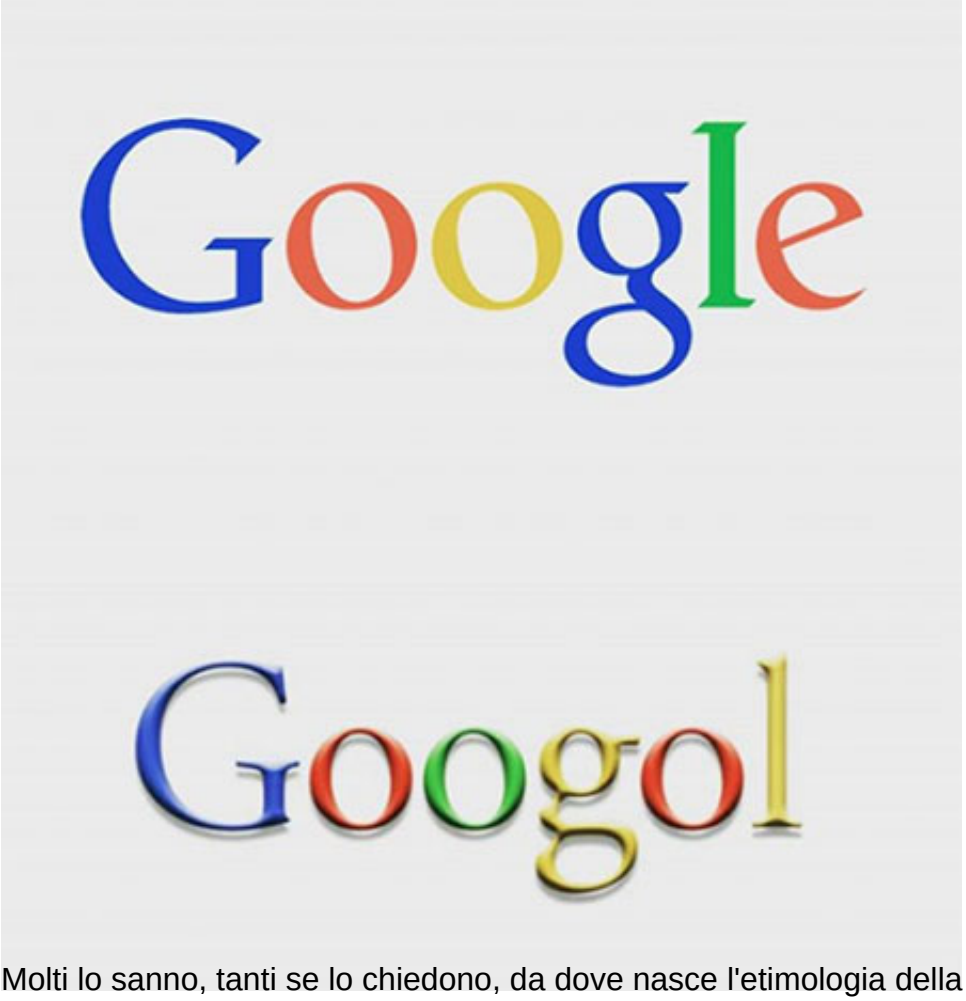
Googol

Autore : Massimo Frenda

Data : 6 Aprile 2021



Molti lo sanno, tanti se lo chiedono, da dove nasce l'etimologia della parola più utilizzata negli ultimi tempi: *Google*?

Secondo i bene informati, la genesi più realistica viene proprio dall'intuizione dei due fondatori Larry Page e Sergey Brin che partendo dalla necessità di identificare un nome con cui si potesse raffigurare, con una certa proiezione e seguendo la desiderata di sfruttare una iperbole, la forza di disporre dell'immensa quantità di informazioni utilizzabili sul Web.

Googol era un termine inventato dal nipote del matematico statunitense Edward Kasner nel 1938, per riferirsi al numero rappresentato da 1 seguito da 100 zeri. La leggenda narra che i due non sapessero esattamente come si scrivesse e allora optarono per il nome che oggi è conosciuto da 1 su 3 persone al mondo. Il dominio registrato era destinato alla storia nella sua metafora e nella sua enfatizzazione.

Google c'è sempre e non fa notizia si direbbe; ma in questi giorni pandemici ha voluto far parlare di sé per aver espulso da YouTube, una sua società controllata dal 2006, un sito italiano, *Byoblu*, reo di aver fatto contro-informazione distorta e negazionista. Dopo 14 anni, YouTube ha evirato il canale video di "Byoblu", appunto, *blog* fondato da Claudio Messora, ex capo della comunicazione del M5S al Senato, e considerato uno dei protagonisti del complottismo e del negazionismo in Italia. Il canale ha ricevuto tre strike nell'arco di novanta giorni per la pubblicazione di contenuti che hanno violato le norme sulla disinformazione in ambito medico relativamente al Covid-19, introdotte, nella primavera del 2020, in accordo con gli impegni presi con le istituzioni dell'UE per osteggiare la disinformazione collegata al Coronavirus.

E proprio in base alle regole della community del colosso, avendo ricevuto tre strike, il canale è stato definitivamente rimosso da YouTube. Ciò ha provocato polemiche e consensi: qualcuno accusa Google di dittatura e censura di memoria orwelliana, palesando un grave attacco alla democrazia; altri applaudono dichiarando che non si tratta di un bavaglio alla voce libera ma uno scudo alle bugie e alle falsità.

L'episodio ha riproposto un tema noto: per alcuni la libertà di parola vale solo per chi la pensa in un certo modo, per altri vale sempre. È anche vero che i primi amano citare spesso Voltaire, "*Darei la vita affinché ecc.*", ma va detto che non precisano di chi sia la vita da sacrificare.

Non è la prima volta, comunque, che dall'azienda americana vengono prese decisioni così nette: già era successo nel 2016, quando oscurò con fermezza un miliardo e 700 milioni di annunci pubblicitari fuorvianti, oltre il doppio rispetto a quelle eliminate nel 2015.

Venne rimossa, così, una quantità enorme di contenuti. Qualche esperto affermò che senza la tecnologia ci sarebbero voluti cinquant'anni di costante lavoro per terminare un'operazione simile.

Nel tempo, il gigante di Mountain View si è impegnato sempre di più a consolidare una politica che allontanasse lo spettro di far girare l'inganno attraverso i suoi canali, migliorando la *policy* della sua piattaforma *AdSense*, fermando, così, tutti coloro che intenzionalmente cercano di raggirare e di frodare gli utenti con lo scopo di lucrare, celando la propria identità.

E per quanto riguarda l'attacco diretto ai proprietari dei siti che propagano informazioni false o mendaci, in due mesi Google ha ispezionato 550 siti sospetti. Di questi, su 340 c'è stato un intervento per violazione della *policy*, mentre quelli espulsi definitivamente dal *network* sono stati duecento.

A livello pratico, tra gli annunci valutati come pericolosi da Google, ci sono innanzitutto quelli che se cliccati conducono a malware che infettano il computer o lo smartphone. Si chiamano «*trick to click*» e spesso si manifestano come avvertimenti di un malfunzionamento del sistema operativo, per attirare l'attenzione degli utenti. Nel 2016 sono stati eliminati 112 milioni di annunci di questo tipo.

Altra categoria sono i banner «*self-clicking*» che, se visualizzati, avviano il download di un'applicazione dallo store anche se non autorizzata dal possessore dello smartphone: di questi sono stati disabilitati 23mila annunci. Nonostante Google abbia alzato notevolmente le difese e le abbia reso sempre più coerenti alle urgenze e alle criticità in corso, le cosiddette furbate sono parallelamente divenute più ingannevoli.

Per intenderci, proprio nell'ultimo anno è cresciuto il fenomeno del *tabloid cloaking*, un tipo di *ads* che cerca di eludere il sistema vendendola per una notizia. Se si clicca, invece, si arriva ad un sito che di informazione non ha nulla. Pensate che solo nel 2016 vennero bloccati 22 inserzionisti che da soli avevano generato un traffico di 20 milioni di visualizzazioni in una sola settimana.

In ultimo, c'è il macrogruppo di ads che riconducono a contenuti non accettabili secondo la policy di Google, di cui 68 milioni riguardavano farmaci non approvati. E qui entra in gioco Byoblu. Questa ultima nasce dal blogger Claudio Messora, come abbiamo sopra riportato, che ha iniziato proprio con un canale Youtube nel 2007, seguito da più di centomila utenti, per poi aprire anche il sito, dalle cui pagine c'è la volontà di denunciare le posizioni critiche sulle relazioni tra le grandi banche d'affari, la speculazione internazionale e i governi. Almeno questo a detta del suo ideatore.

Il problema non sta nei toni forti e negli argomenti che vengono identificati e approfonditi ma nella loro veridicità. O presunta tale. Il sito, infatti, è stato tacciato di propagandare le cosiddette bufale. Fare una distinzione tra ciò che è falso e quello che non lo è non è semplice ma quello che resta è una sospensione del servizio per il *blog*.

Poi la situazione prende una piega da cospirazionismo col responsabile di Byoblu che, non senza clamore, afferma che dietro a tutto ciò ci sono i poteri occulti, l'Unione Europea, qualche volto politico di caratura internazionale come la Merkel o la Clinton e qualche politico nazional-popolare. Un attacco alla libertà orchestrato per coprire i propri interessi. Testi e musica abbastanza conosciuti, diremo. Siamo tra la tragedia e la commedia, con il Covid a fare da sfondo e da ispiratore o da causa scaturente.

Google non commenta mentre il motore di ricerca, che ha bloccato il rapporto con ByoBlu solo per quanto riguarda la piattaforma AdSense, ha fatto sapere di aver inviato insieme alla segnalazione di disattivazione dei servizi pubblicitari anche un link con la possibilità di fare ricorso.

Insomma, siamo in piena coreografia dell'orrore e da un anno sempre più sommersi dal vortice delle *fake news*. Confusi tra trame e parodie, inclusi nella degenerazione e nell'ossessione delle annunciazioni e delle interrogazioni infinite. Con Wuhan e il suo laboratorio che fu l'origine del tutto: tra pipistrelli e mercati dell'osceno, virus in provetta e forzature economiche delle egemonie capitalistiche.

Oggi si pubblicano libri come *'Eresia'* di Massimo Citro dove le riflessioni si sposano con le coincidenze, sotto una crosta di interpretazioni obiettive ed imparziali allo stesso tempo. O altre letture come '*Operazione Corona*' dove si sentenzia che la pandemia e il *lockdown* sono stati pianificati per mettere un freno al crollo dell'economia globale. Si comprano e sono anche in classifica, nessuno li ha vietati. Del resto, anche il '*Mein Kampf*' è facilmente acquistabile ancora oggi.

Il problema non sta in cosa è giusto che sia ancora pubblicato e cosa no, quello che genera oscurità è in chi decide cosa. La libertà è come la democrazia, serve ad illudere.
E in uno scenario simile, al di là di quello che oggi pubblica o serve ai propri lettori un sito/blog come Byoblu, ci deve allarmare che ancora una volta un gigante come Google, così come fece *Twitter* mesi fa con *Donald Trump*, ha imposto chi meritasse di parlare.

Anche qui, prima di scandalizzarci dovremmo capire che la democrazia e la libertà non hanno limiti se non la loro stessa deriva. Non sono un lettore di questo blog e anche io come tutti voi mi lascio rapire da informazioni che sembrano piovere da una altra dimensione: è il peso della leggerezza che pretende di mettere sul tavolo i neuroni e lasciarli riposare.

Temo, però, che dietro questo decisionismo dei colossi, che da soli hanno il pieno potere del *know-how* originato dai tablet e dagli smartphone, ci sia una terribile *opa* sulla nostra libertà di scegliere.

Questo Googol lo sa ma splendidamente si presenta a noi come il paladino della giustizia e della democrazia. Siamo certi che non possiamo ovviare diversamente?