

# LE GEOMETRIE VARIABILI DELLA CENSURA VACILLA L'UTOPIA LIBERTARIA DI INTERNET

## Dopo la decisione di Google di bloccare il video incendiario in alcuni Paesi

DAL NOSTRO INVIATO

NEW YORK — Dall'utopia di Internet che con la sua comunicazione istantanea e onnipresente abbatte i muri illiberali eretti dai dittatori, alla cupa realtà di una libertà di parola a «geometria variabile», limitata selettivamente in alcuni Paesi con decisioni discrezionali. E i censori non sono i governi ma YouTube, Google, Twitter e Facebook: i signori della Silicon Valley.

Il caso del trailer di «Innocence of Muslims», il film che ha incendiato un pezzo del mondo islamico con la sua raffigurazione di un Maometto truffatore donnaiole e pedofilo, è l'esempio estremo, ma anche l'ennesimo, di un problema noto da tempo: l'impossibilità di mantenere, nel mondo della comunicazione digitale e globalizzata, una visione della libertà d'espressione universale e assoluta, applicata ovunque nello stesso modo.

Quando, martedì scorso, la Casa Bianca ha chiesto a YouTube di ritirare un video ripugnante e offensivo per tutti i musulmani, la società ha risposto con rifiuto: l'azienda si è data un codice per cancellare i filmati diffamatori, quelli che incitano alla violenza, i video che descrivono con compiacimento atti efferati. Offendere sensibilità religiose, rischiare di alimentare sommosse non rientra in questi criteri. Google, la società che controlla YouTube, si è limitata a bloccare il video nei Paesi — come l'India e l'Indonesia — nel quale la diffusione di immagine offensive di quella natura è un reato.

Poi, però, col protrarsi dei disordini, Google è intervenuta di nuovo oscurando momentaneamente il video in Libia e in Egitto «in considerazione della delicatezza della situazione» che si è creata in quei Paesi. Anche Facebook ha adottato interventi restrittivi, cercando di non dare troppo nell'occhio, mentre Twitter ha già da tempo adottato la strategia della «geometria variabile»: i suoi addetti di volta in volta decidono in quali Paesi lasciar circolare e in quali bloccare i messaggi più controversi.

Secondo alcuni avvocati per la difesa dei diritti civili quella di Twitter è una scelta intelligente: un modo di rendere visibile e «trasparente» la censura, mettendola sotto gli occhi di tutti. Un atto censorio che sarebbe al tempo stesso anche una denuncia, insomma. Ma per *Forbes* Google e gli altri, quando fanno interventi discrezionali sicuramente giustificati dalla necessità di arginare le violenze, si mettono su un sentiero scivoloso: dal Pakistan alla Tunisia fino alla lontana Australia dove gli islamici sono po-

chissimi, mezzo mondo è in fiamme, col pretesto di quel video. Chi decide quali sono le situazioni di «particolare delicatezza» che giustificano un intervento censorio, sia pure temporaneo? Salar Kamangar, il biologo nato a Teheran e cresciuto in California, classe 1977, che è amministratore delegato di YouTube? Larry Page, il capo di Google che col suo algoritmo ha cambiato il mondo e che nelle sue scelte si affida più volentieri alle formule matematiche che all'intuizione? O il presidente della società di Mountain View, Eric Schmidt, il manager più anziano ed esperto che però, coi suoi stretti rapporti con l'Amministrazione Obama, può far pensare a una non piena indipendenza di Google?

È proprio il caso di affidare a un pugno di ragazzi geniali, soprattutto ingegneri e matematici imbevuti della cultura libertaria californiana, la misurazione di quel «clear and present danger», un pericolo imminente e immediato, che può giustificare l'introduzione di un limite alla libertà d'espressione? La questione è stata fin qui sempre accantonata e ogni azienda è andata per la sua strada: in Cina Google ha deciso di non piegarsi alla censura del regime e ha trasferito uffici e server a Hong Kong, mentre altri siti hanno addirittura rivelato alle autorità l'identità di utenti autori di messaggi anti-regime.

Che sia impossibile difendere sempre e ovunque tutti i messaggi in un mondo pieno di facinorosi e provocatori oltre che di uomini di buona volontà, lo sappiamo da tempo. Ma, non avendo soluzioni a portata di mano, abbiamo sperato che le aziende digitali riuscissero a venirne fuori limitando

gli interventi censori a pochi casi estremi. Ma i casi si moltiplicano e le decisioni da prendere sono sempre più complesse e discutibili. Come in Turchia dove, nel 2007, il governo chiese a YouTube di cancellare un filmato considerato offensivo nei confronti di Ataturk, il padre della Patria. La società rifiutò e allora intervenne la magistratura turca oscurando non solo il filmato ma tutto il sito. Un altro rifiuto di Google, nel 2010, spinse i giudici del Pakistan a mettere fuori legge e bloccare un cartone animato satirico su Maometto.

Quanto ai filmati di incitazione alla violenza ispirati da Al Qaeda, due anni fa le società di Internet ignorarono le pressioni dei governi occidentali: li bloccarono solo dopo un duro intervento del ministro dell'Interno inglese che li definì un'apologia degli omicidi a sangue freddo.

Non si tratta solo di religioni, culture differenti, conflitti di civiltà: Google può avere diverse regole di comportamento anche in Occidente e, addirittura, nel suo perimetro aziendale: la propaganda filonazista, notava ieri il *Washington Post*, è assente dal sito tedesco Google.de, ma fiorisce indisturbata in quello americano Google.com. E la violenza sugli animali, cancellata da tutti i filmati di YouTube, può, invece, essere vista sul sito della società capogruppo, Google, attraverso il suo motore di ricerca.

**Massimo Gaggi**

### Il caso tedesco

La propaganda filo-nazista è assente dal sito tedesco Google.de ma fiorisce indisturbata in quello americano Google.com



**Precedenti**

**Il black-out di Ankara**

**Per un video su Atatürk**

Nel 2007 il governo turco chiese all'azienda di rimuovere dei video offensivi sul padre della Patria Atatürk (accanto, nel ritratto alle spalle del premier Erdogan). Dinanzi al no di Mountain View la magistratura oscurò il sito per 30 mesi



**La censura pachistana**

**Per un fumetto su Maometto**

Nel 2010 l'Alta corte di Lahore blocca il sito dopo la pubblicazione di un video che riprendeva da Facebook le immagini di un cartone animato satirico su Maometto (nella foto Ap, una manifestazione per la libertà di informazione a Islamabad)



**Lo scontro con la Cina**

**I server trasferiti a Hong Kong**

Dopo aver denunciato la censura del regime, nel 2010 l'azienda ha deciso di trasferire i suoi uffici e soprattutto i server a Hong Kong (nella foto Ap, il presidente di Google Eric Schmidt a Pechino prima della rottura)



**Il no alla Casa Bianca**

**Resta online il video blasfemo**

L'ha bloccato prima in Egitto e in Libia, poi in India e in Indonesia. Ma Google ha detto no alla Casa Bianca che chiedeva di rimuovere del tutto il video blasfemo su Maometto che ha incendiato il mondo islamico (nella foto Reuters, le proteste in Afghanistan)



» L'intervista Jeffrey T. Schnapp, guru dei nuovi media, non vede nella decisione di Mountain View un attentato alla libertà di espressione

## «Giusto rimuovere i contenuti che offendono razza o fede»

### «Ci sono parametri da rispettare Ma la scelta è sempre politica»

Saranno le origini da filologo romano o l'attitudine a mettere insieme arti diverse, fatto sta che quando osserva le dinamiche del web, Jeffrey T. Schnapp non cade nelle polarizzazioni tipiche degli addetti ai lavori. Nella decisione di Google di censurare in alcuni Paesi il trailer del film «Innocence of Muslims», il co-direttore del Berkman Center for Internet and Society di Harvard non vede un attentato alla libertà di espressione. Né tantomeno ritiene un atto coraggioso l'aver respinto la richiesta dell'amministrazione americana di rimuovere il video. Raggiungiamo telefonicamente Schnapp, 58 anni, durante le prove dello spettacolo «The e-info age Remix» in programma a Milano.

**Da un lato il no alla richiesta di Washington di censurare il video «anti-Maometto», dall'altro la rimozione del video in India, Indonesia, Libia ed Egitto: come giudica il comportamento di Google?**

«L'azienda sta operando all'interno del perimetro tracciato nel 2007 dalle "community guidelines". Ci sono regole chiare sulla pubblicazione dei video e quando vengono violate — ad esempio se offendono la razza, il genere o la religione di un utente — il contenuto deve essere rimosso, altrimenti non c'è alcuna ragione per bloccarlo».

**In questo caso però la rimozione del trailer del film, laddove è avvenuta, ha seguito parametri «straordinari».**

«La decisione è stata presa basandosi sulle leggi locali dell'India e dell'Indonesia, che considerano il contenuto del video "illegale", e sulla situazione d'emergenza in Egitto e in Libia».

**È proprio il potere discrezionale di Google a spaventare i difensori della libertà di espressione.**

«Bisognerebbe giudicare le azioni di Google nei fatti, non appellandosi a principi astratti. Credo che l'azienda stia gestendo in maniera responsabile le contraddizioni della Rete. La decisione di resistere alle pressioni del governo americano è un buon segnale per la libertà online. Quando si crea attrito tra i governi e le multinazionali che gestiscono

i nostri dati vuol dire che il sistema democratico è sano. Ho criticato Google quando ha deciso di lasciare la Cina per non scontrarsi con il potere politico che voleva imporre i suoi parametri di pubblicazione e distribuzione delle notizie. Il cammino verso la democrazia è lento, l'azienda avrebbe dovuto lavorare per assecondarlo. Non hanno avuto il coraggio di farlo».

**Sembra attribuire al colosso di Mountain View un ruolo politico. È giusto che una multinazionale abbia un tale potere sui cittadini?**

«Tutto il mondo che riguarda la comunicazione ha un peso politico ed è assurdo far credere il contrario: un giornale decide se dare o meno una notizia e con che tipo di rilevanza. Nel caso dei video su YouTube sono gli utenti, i cittadini, a denunciare direttamente all'azienda se violano le regole stabilite. E i governi vengono trattati come singoli utenti».

**Gli interessi di un privato possono essere paragonati a quelli di una nazione?**

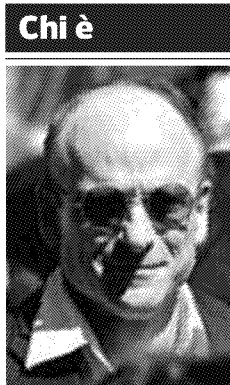
«Sì, se si vuole resistere alle pressioni. Google ha ricevuto settemila richieste di censure in sei mesi lo scorso anno».

**È caduto dunque il mito della «neutralità della Rete»: il principio in base al quale gli operatori di Rete si limitano a trasmettere dati e contenuti senza filtrarli?**

«I parametri per filtrare i contenuti online devono essere decisi solo dagli utenti. La neutralità degli «intermediari», le piattaforme e i canali che li ospitano, va garantita. Ma il processo nel suo complesso resta politico».

**Serena Danna**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Ad Harvard**  
Jeffrey T. Schnapp, filologo romano di formazione, è il co-direttore del Berkman Center for Internet and Society di Harvard

