

# Chromeren ~~nagusitasun~~keria erabatekoa

Web-nabigatzaileen artean, Google Chrome da nagusi azken urteotan eta hurrengoarekiko diferentzia handiz, eta enpresak egoera hori baliatzen du bere interesen alde egiteko. Eta hori zilegi izan liteke, baldin eta haren praktikak gutxienez pribatutasunaren aldetik erabiltzaileen eskubideen kontrakoak ez balira, eta kasu batzuetan legearen aldetik zalantza ere bai.

[Webaren](#) 30 urteko historian, nabigatzaileen erabilerak gorabehera handiak izan ditu. Aurreko mendearen amaieran, [Microsoftek](#) dohainik banatu zuen [Internet Explorer Windows](#)ekin, eta laster iritsi zen merkatuan ia bakarra izatera. Geroago, 2000ko hamarkadaren erdialdera, jendea [Mozilla Firefox](#)era pasatzen eta egoerari buelta ematen hasi zen, eta, geroztik, Explorerrek eten-gabe egin du behera. 2010 aldera, Firefox % 30 inguruko kuota izatera iritsi zen. Baina geroztik gainbehera joan dira Explore eta Firefox; hain zuzen, ordutik etenik gabe gora egin dutelako [Appleren Safari](#) eta, bereziki, [Googleren Chrome](#) nabigatzaileek. Hala, [gaur egun Chrome nabigatzaileak](#) dauka merkatu-kuotaren bi heren, eta Safarik % 20 inguru. Firefox eta Microsoften [Edge](#) berria ez dira bakoitza % 4ra iristen.

Nolatan gertatu da azken hamarkadan aldaketa hori? [Webeko nabigazioa ordenagailuetatik gailu mugikorretara pasatu izana da](#) arrazoi nagusia. Horietan Googleren [Android](#) sistema da nagusi, eta horrek Chrome aurrez instalatuta dakar ([horretarako telefono-ekoizleei egiten dien presioagatik isunak ere jaso ditu](#) Googlek), eta jende gutxik instalatzen du beste nabigatzailearik gailu horietan. Mahaigaineko ordenagailuetan ere, Explorerren fama txarrak bultzatuta, Chrome instalatzeko ohitura zabaldu zen.

## Webaren eboluzioa bideratzeko etengabeko saiakerak

Ikusten denez, Chromek nagusitasun erabatekoa du nabigatzaileen merkatuan. Eta Google horretaz

baliatzen da bere interes pribatuen defentsan, maiz modu batere ez egokian eta nagusikeriaz jokatuta.

Sarri askotan, Chrome nabigatzailean eta webeko protokolo eta estandarretan ([HTML](#), [HTTP](#)...) aldaketa teknikoak egin izan ditu Googlek, bere nahierara eta estandarrei jarraitu gabe. Webeko nabigazioa azkartu, hobetu edo erosoago egiteko aitzakian jokatu du, baina benetako helburua beste bat izan da: bere webgune eta zerbitzuak hobeto ibiltzea eta beste nabigatzaileekiko ezberdintasunak markatu eta abantaila lortzea. Praktika oker hori urteetan baliatu zuen Internet Explorerrek ere, eta ederto sufritu genuen haren erabiltzaile ez ginenok. Orain ere antzera gabiltza.

Gainera, protokolo eta estandar horietan Googlek bere intereseko aldaketa teknikoak egiteko duen eragina asko handitu da azken urteotan. Izan ere, [nabigatzaileen engine edo motorra deitzen den osagaiari dagokionez](#) (HTML kodea interpretatu eta Javascript kodea exekutatzeko duena), azken urteotan, Firefox ez beste guztiak berea izatetik Chromerena jartzera pasatu dira...

## Erabiltzaileen datuen pilaketa etengabea

Googleren negozio nagusia publizitate-espazioaren salmenta da (bilatzailean, Youtuben, Gmailen...). Publizitate-gastu orokorraren tartaren zati oso handi bat berea da; batetik, tresna horiek oso erabiliak direlako, eta, bestetik, mundu digitaalaren publizitate per-

Igor Leturia Azkarate  
Informatikaria eta ikertzailea



tsionalizatua eta bideratua erakustea asko baloratzen delako eta Googlek hori oso ongi egiten duelako. Hori egin ahal izateko, erabiltzailearen joerak eta gustuak ongi ezagutu behar dira, eta, horretarako, besteren artean Chrome nabigatzailea baliatuta, erabiltzaileon webeko jardura une oro zelatatzen eta jasotzen ari da Google, tartean batere gizalegezkoak ez diren eta ingurune ez-teknologiko batean gutxienez jazarpen-tzat hartuko liratekeen gauzak eginez.

Adibide soil bat jartzearren: Chromeren seta eta tema gure Googleko kontuan saioa has dezagun (abiarazte bakoitzean hiru aldiz, HIRU!, eskatzen du Chromek saioa hasteko Googleko kontuan, azkenean egiten dugun arte, eta, hala, betiko zelatazko baimena ematen diogun arte). Beste adibide bat: [Android telefonoek gero eta zailago jartzea gure kokapena aplikazioekin \(Chrome barne\) ez partekatzeari, kokapenarekin are hobeto baitaki Googlek non egon garen eta zer gustatzen zaigun.](#)

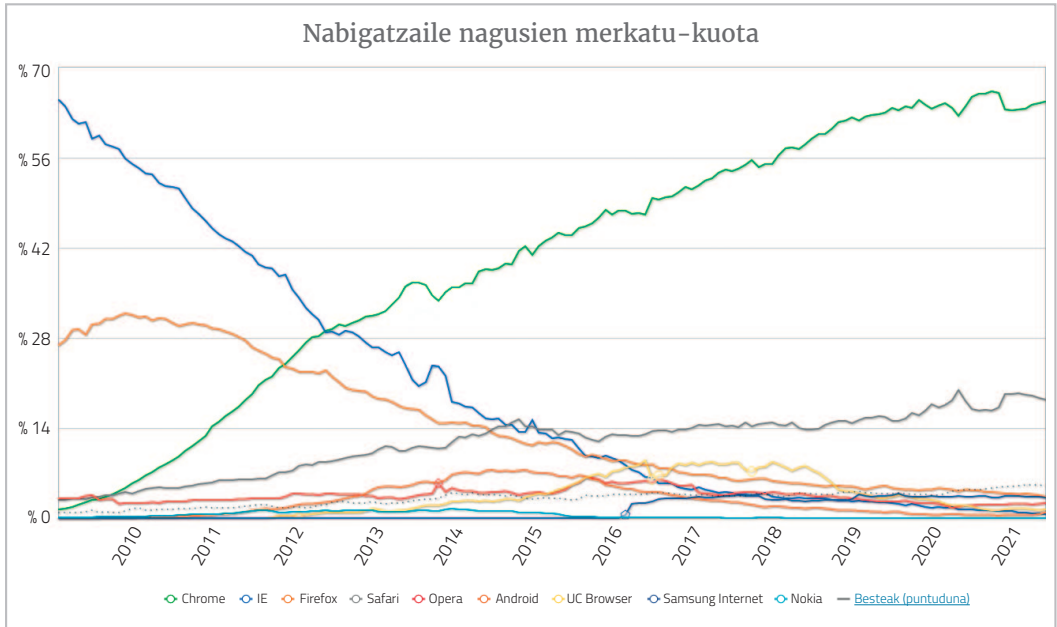
Erabiltzailearen datuak gordetzen dituzte haurren kasuan ere, eta ez soilik haurren etxeko erabileraren partikularrean, baita ikastetxeetan ere, nahiz eta ez dagoen hori egiterik. [Hainbat ekimen daude martxan](#)

[epaitegietan salatzen Google ikastetxeen bidez haurren datuak gordetzea.](#)

*“Ingurune ez-teknologiko batean jazarpen-tzat hartuko lirateke Googlek egiten dituenak”*

### FLoC-en amarrua

Orain, [FLoC](#) teknologia berria bultzatu nahian ari da Google. Kontua da publizitatea erakartzeko gerra gordindu egin dela azken urteetan. Publizitatea lortzeari dagokionez Googlek lehiakide diren komunikabideek eta bestelako webguneek, hark ez bezala, beren webguneetako bisitetatik baino ezin dute lortu erabiltzailearen informazioa, eta, horri aurre egiteko, [hirugarrenen cookie](#)en bidea asmatu zuten: jarraipen-zerbitzuen cookieak jartzen dituzte webguneetan, eta horiek webgune askotako informazioa jaso eta batzen dute erabiltzailea profilatzen. Hirugarrenen cookieen praktika hori pribatasun-eskubidearen aurkakoa da, eta oso fama txarra hartu du azkenaldian. Eta orduan iragarri du



Irudia: Statcounter.com-etik moldatua.

Googlek Chromen hirugarrenen cookieak debekatu eta blokeatuko dituela, eta, horren ordez, FLoC jarri eta bultzatuko duela. FLoC siglek *Federated Learning of Cohorts* edo Kohorteen Ikaskuntza Federatua esan nahi dute. Izen ulertezin horren atzean dagoen funtsa da ez dutela gordeko erabiltzaile bakoitzaren profil indibiduala, baizik eta kohorte edo multzo batean kokatuko gaituztela, "komikiak atsegin dituzten informatikari euskaldunak" moduko multzoetan.

Baina, jakina, Google ez da gure pribatutasuna babesteagatik aritzen. Hirugarrenen cookieak kentzea ez da bere ekimena izan; ez zaio beste aukerarik gelditu, beste nabigatzaileek kendu ondoren (Safari, Firefox, Brave...) eta cookieak berariaz onartzera behartzen duten [GDPR](#) eta antzeko legeak direla medio. Cookieen ordezko bat behar zuenez, cookieen legeei itzuri eginez gauza bera egiten jarraitzeko trampa bat da. Eta FLoC teknologia berea denez eta munduko web-nabigazio gehiena beren nabigatzaile eta gailuetatik egiten denez, abantaila izugarria ematen die publizitatea erakartzeko orduan, erabiltzaileak profilatzen jarraitu dezaketelako, komunikabideek eta bestelako webguneek ez bezala.

Zorionez, segituan ohartu da tranpaz webeko komunitatea. [Beste nabigatzaile guztiek esan dute ez dutela implementatuko](#), eta webgune garrantzitsu gero eta gehiago (DuckDuckGo, WordPress, Amazon, GitHub...) ari dira esaten blokeatuko dutela; beraz, Chromek ere ezingo luke baliatu webgune horietan. Halako aurkakotasunaren aurrean, [Googlek esan du FLoC-ek denbora gehiago beharko duela, eta iragarritako hirugarrenen cookieen blokeatzea 2023a arte atzeratuko duela](#). Horra zenbat axola zaien erabiltzaileen pribatutasuna...

Ikusitako adibide guztiekin, argi dago Googlek Chromeren nagusitza-posizioa gehiegikeriaz baliatzen duela bere interesen aldeko eta webaren eta erabiltzaileon aurkako praktikak aurrera eramateko edo, behintzat, saiatzeko. FLoC-en kasuan, badirudi webeko beste eragileen ekimenak atzera egitea lortuko duela, baina argi dago etorkizunean berriz saiatuko dela Google horrelako gehiago egiten. Erabiltzaileon esku dago Chromeren erabiltzaile-kuota jaistea, Explorerrekin lortu zen bezala. Baina oraingoan, ahal izanez gero, egin dezagun atzean irabazismoa duen enpresa bat ez duen nabigatzaile bakarraren alde. Hau da, Firefoxen alde; bestela, hurrengo dominatzaileak ere gauza berberak egingo ditu. ●