



Faltan pocos meses para el día en el que entrará oficialmente en acción en China, el llamado “Social Credit System”, una suerte de calificación oficial que el gobierno chino utilizará para clasificar la reputación de cada ciudadano y cada empresa nacional.

Se basará completamente en los datos disponibles en línea: tener una calificación baja significará que no se podrá obtener crédito

^

en bancos o que no se tendrá acceso a algunos servicios básicos. El objetivo del sistema, que parece estar fuertemente influenciado por la serie de televisión “Black Mirror”, es “crear conciencia sobre el nivel de credibilidad e integridad dentro de la sociedad”.

Pero incluso en el resto del mundo, donde afortunadamente ninguno habla todavía de un “Social Credit System”, el concepto de “reputación” ahora se está volviendo predominante y, al igual que con cualquier otra experiencia de nuestra vida, a menudo tiene que ver con la información disponible en línea. Por esta razón, en los últimos años ha surgido una industria real cuyo objetivo es la reputación de los individuos. Para comprender

^

más sobre el sistema, hablamos con Enea Angelo Trevisan, CEO y fundador de Ealixir, empresa europea líder en el mundo en la cancelación de enlaces no deseados mediante la aplicación del derecho al olvido.

Sr. Trevisan, ¿de qué hablamos cuando hablamos del derecho al olvido aplicado a la web?

Hablamos del derecho de los individuos de remover enlaces que contienen informaciones desagradables sobre sí mismos, que no poseen algún interés público.

¿Cómo se determina el interés público de una noticia?

^

En base al criterio de “actualidad”. Pensemos en cuando no existía la web: en ese momento, cuando los periódicos informaban sobre algo, hablaban de los eventos y las personas involucradas durante un cierto período de tiempo. Una vez que esto terminaba, el hecho en sí también iba quedando lentamente en el olvido y, a menos que hubiera nuevas informaciones, la gente era libre de continuar con sus vidas. Con la web, las cosas han cambiado: ahora, realizando una búsqueda, la información del pasado aparece de inmediato, se vuelve imposible de olvidar y persigue al individuo involucrado para siempre.

¿Y cómo afectan estos vínculos negativos la vida de una persona?

^

De la misma manera en la que una calificación o puntaje bajo en el “Social Credit System” afectará la vida de los ciudadanos chinos. Se podrá observar que han habido, y habrá, muchas controversias sobre este sistema, pero la verdad es que es algo muy similar a lo que ya sucede en todo el mundo. En Suiza, por ejemplo, tener un enlace negativo significa no poder inscribir a los niños en la mayoría de las escuelas. En la mayoría de los países occidentales, tener enlaces negativos significa no poder abrir una cuenta bancaria, debido a un sistema de clasificación dentro del mundo financiero llamado World Check.

El derecho al olvido es, por lo tanto, un bastión del derecho contemporáneo, que impide que

^

la realidad se convierta en una pesadilla de ciencia ficción.

¿Cómo interfiere el derecho al olvido con la libertad de prensa y el derecho de los ciudadanos a estar informados?

No interfiere, pues son dos cosas diferentes. Los medios continuarán publicando noticias, como siempre lo han hecho. Sin embargo, después de un cierto período de tiempo, las noticias pueden eliminarse de la web y permanecer disponibles en los archivos de las bibliotecas o en los propios periódicos. Si alguien quiere hacer una búsqueda específica, obviamente podrá encontrar toda la información relevante, tal y como estaba antes.

^

Además del derecho a ser olvidado, ¿hay una manera de construir o reconstruir la reputación de las personas en línea?

Claro. Al margen de los problemas, la web es una oportunidad increíble para contar la historia de uno y poner sus habilidades al servicio de la comunidad. Pensemos solo en el mecanismo de los influencers: ¿qué son realmente? Son personas en el sector de la moda o los videojuegos o el maquillaje, que crean contenido en el que ponen su conocimiento a disposición de otros. Con Ealixir, recientemente, hemos activado el servicio “Story”, cuyo objetivo es transformar a nuestros clientes habituales, principalmente gerentes o

^

empresarios, en una especie de influencer en el sector empresarial, a través de la creación de contenido escrito o de video en el que, hablando sobre sí mismos, aportan o ponen a disposición sus conocimientos sobre temas candentes en la actualidad.

 Etiquetas

CEO de Ealixir

[<https://diarioasuncion.com/tag/ceo-de-ealixir/>]

Ealixir

[<https://diarioasuncion.com/tag/ealixir/>]

Enea Angelo Trevisan

[<https://diarioasuncion.com/tag/enea-angelo-trevisan/>]

