

LOS GUARDIANES DE LA REPUTACION DIGITAL

texto Miguel Ángel Ossorio Vega

Las dificultades para ejercer el llamado 'derecho al olvido' y la proliferación de tecnologías con capacidad de manipulación nunca antes vista, como los *deepfakes*, están forzando el nacimiento de empresas dedicadas a rastrear la red en busca de contenidos que puedan perjudicar a personas concretas... y a borrarlos.

En noviembre de 2002, Ghyslain Raza, un canadiense de 15 años, se grabó en vídeo mientras emulaba una pelea de sables láser típica de la saga *Star Wars*. En el vídeo, de algo menos de dos minutos de duración, se ve al joven realizar movimientos típicos de estas películas, con la salvedad de que tiene un recogebolas de golf entre las manos, que agita con vehemencia como parte de la inexistente pelea. El vídeo es aparentemente inofensivo e incluso cómico. Probablemente ni siquiera sería viral en la actualidad: los hay mejores y más divertidos. Más sorprendentes. Pero en 2003, cuando internet apenas era una palabra desconocida para el grueso de la población, el vídeo se filtró. Fue un compañero de Ghyslain quien encontró la grabación, hizo una digitalización (el original se grabó en una cinta de vídeo sobre un partido de baloncesto) y lo compartió en redes P2P. Se hizo viral. Hay quien lo considera el primer vídeo viral de internet. Pero también se convirtió en una pesadilla para el joven quinceañero y su familia: comenzó a recibir burlas, insultos e invitaciones a suicidarse. Se convirtió en el hazmerreír de su colegio, que tuvo que abandonar. Y se vio envuelto en un juicio en el que su familia pedía el equivalente a 170.000 euros de la época como compensación. Un acuerdo extrajudicial solucionó parte del problema: las cicatrices de Ghyslain, que tuvo que recurrir a ayuda psicológica, perduran hasta la actualidad, como recordó en 2013 en una de las pocas entrevistas que ha dado desde entonces. El vídeo sigue *online*.

La historia de este adolescente fue el preámbulo de la viralidad en internet. Conforme crecía el número de usuarios conectados a la red, lo hacía la posibilidad de verse envuelto en un caso similar. Ghyslain fue el primero y no supo sacar partido a convertirse en carne de meme. Los que llegaron después lo hicieron con la lección aprendida: desde el 'Numa Numa Guy', otro joven al que la euforia de un momento en soledad mientras escuchaba una popular canción convirtió en la estrella del momento, hasta 'Charlie bit my finger', el famoso vídeo de un bebé mordiendo un dedo a su hermano. El primero no ha dejado de expresar el éxito de los vídeos humorísticos en internet fundando productoras, distribuidoras y plataformas de contenidos. El segundo acaba de vender el vídeo original como NFT por más de 600.000 euros. Ghyslain Raza fue propuesto en su día por hordas de fans como posible cameo en futuras películas de *Star Wars* y ha recibido múltiples invitaciones a participar en *shows* televisivos, pero siempre ha rechazado convertir su drama en un circo.

Ya hay empresas que, por apenas 95 euros, rastrear internet para borrar vídeos y fotos que comprometan la reputación de alguien. Pero es como poner puertas al campo

'DERECHO AL OLVIDO': ¿UNA QUIMERA?

Lo que demuestra el caso del joven canadiense es lo fina que es la línea entre grabar un vídeo privado o hacerse una fotografía aparentemente inofensiva... y arruinarse la vida por ello. Desde su caso se han visto decenas de situaciones en las que vídeos o fotografías íntimas han arruinado vidas. O cómo un simple tuit, por censurable que sea, ha forzado despidos, vetos y amenazas.

Este tipo de situaciones se han tratado de frenar ejerciendo el llamado 'derecho al olvido'. Se supone que es el derecho que tenemos a no mostrar en internet algo que antes sí estaba ahí. Es como poner puertas al campo, ya que se puede forzar a una plataforma a eliminar un contenido, pero, para entonces, probablemente habrá cientos de usuarios con copias similares en su poder. Incluso podrán volver a publicarlos en las mismas plataformas que los volverán a eliminar, en un bucle infinito que suele terminar en foros o, más actual, intercambios a través de *apps* como WhatsApp.

A pesar de esta dificultad, o quizás debido a ella, están empezando a proliferar empresas dedicadas a ejercer una labor detectivesca en la red para localizar este tipo de contenidos y forzar su

eliminación, a petición del afectado. Una de ellas, RepScan, se basa no tanto en virales fallidos, sino en algo mucho más actual: noticias falsas. La gran lacra digital del momento, pues de nada sirven desmentidos o comunicados aclarando el bulo de turno: este siempre gana. Esta compañía, sin embargo, utiliza tecnología para combatir a la propia tecnología y, además, registra todo el proceso para que sus clientes puedan utilizar la información como prueba en eventuales procesos judiciales. La compañía utiliza los mismos rastreadores que Google para encontrar en cada rincón de la red los contenidos que están arruinando la vida a una persona. En apenas 72 horas, y por 95 euros, se puede eliminar un vídeo o una foto de internet. Si es una noticia lo que está dañando una reputación, la tarifa asciende a 250 euros. Aseguran que en dos meses pueden culminar el trabajo. De lo contrario, devuelven el dinero al cliente, que probablemente no tendrá mucho más que hacer que aceptar ese destino o sacarle el mejor partido posible dando la vuelta a la situación. Algunas no habrá por dónde cogerlas. Otras, sin embargo, podrían convertirse en un lucrativo negocio que ayude a compensar el destrozo de una vida por un simple vídeo. Lo tomas o lo dejas. O, al menos, lo puedes intentar. 