



Οι νέοι κανόνες για την προστασία της ιδιωτικότητας θα είναι οι αυστηρότεροι στον κόσμο και προβλέπουν βαριές ποινές για τις εταιρείες που θα τους παραβιάσουν. ...

Σημαντικές αλλαγές θα υπάρξουν από τις 25 Μαΐου στην Ελλάδα και στις άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με την εφαρμογή του νέου ευρωπαϊκού Γενικού Κανονισμού για την Προστασία των Δεδομένων, ο οποίος αφορά τη συλλογή, χρήση και αποθήκευση των προσωπικών δεδομένων. Πρόκειται για την πιο σοβαρή μεταρρύθμιση σε αυτό τον τομέα από την ίδρυση του διαδικτύου.

Στόχος είναι η εφαρμογή αυστηρότερων κανόνων, προκειμένου οι 250 εκατομμύρια καθημερινοί χρήστες του διαδικτύου στην Ευρώπη και γενικότερα οι πολίτες να ελέγχουν καλύτερα τα online δεδομένα τους προσωπικού χαρακτήρα, τα οποία άλλοι (συνήθως επιχειρήσεις και μέσα κοινωνικής δικτύωσης) συλλέγουν και μοιράζονται με τρίτους (π.χ. διαφημιστικές εταιρείες).

Οι νέοι κανόνες για την προστασία της ιδιωτικότητας θα είναι οι αυστηρότεροι στον κόσμο και προβλέπουν βαριές ποινές για τις εταιρείες που θα τους παραβιάσουν. Το πρόστιμο μπορεί να φθάσει το 4% των ετήσιων εσόδων μιας εταιρείας, δηλαδή περίπου 1,6 δισεκατομμύρια δολάρια στην περίπτωση του Facebook. Οι ίδιοι κανόνες για την προστασία των δεδομένων των πολιτών και καταναλωτών θα ισχύουν για όλες τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην ΕΕ, όπου και εάν βρίσκεται η έδρα τους.

Όταν επεξεργάζονται τα προσωπικά δεδομένα, οι εταιρείες (τεχνολογίας, τράπεζες, ασφαλιστικές, υγείας, λιανεμπορίου κ.α.) πρέπει πλέον να παρέχουν σαφείς πληροφορίες για ποιούς σκοπούς τα χρησιμοποιούν, για πόσο χρονικό διάστημα τα αποθηκεύουν, σε ποιούς άλλους τα κοινοποιούν και εάν τα δεδομένα θα διαβιβασθούν εκτός της ΕΕ. Οι εταιρείες πρέπει να παρέχουν στοιχεία επικοινωνίας των υπεύθυνων για την επεξεργασία και προστασία των δεδομένων. Όλες αυτές οι πληροφορίες θα πρέπει να διατυπώνονται σε σαφή και απλή γλώσσα.

Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα μπορούν να συλλέγονται και να αποτελούν αντικείμενο επεξεργασίας μόνο για σαφώς καθορισμένο σκοπό. Κατά τη συλλογή τους, οι εταιρείες θα ενημερώνουν για ποιό σκοπό θα χρησιμοποιηθούν τα δεδομένα και θα διασφαλίζουν ότι δεν θα διατηρούνται περισσότερο χρόνο από όσο είναι αναγκαίο.

Οι χρήστες θα έχουν δικαίωμα να ζητήσουν δωρεάν πρόσβαση στα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που διαθέτει ένας οργανισμός και να λάβουν αντίγραφο. Αν π.χ. κάποιος έχει αγοράσει μια συσκευή παρακολούθησης της φυσικής κατάστασής του και έχει εγγραφεί σε μια online εφαρμογή υγείας που παρακολουθεί τη δραστηριότητά του, μπορεί να ζητήσει από τον φορέα εκμετάλλευσης της εφαρμογής όλες τις πληροφορίες που έχουν υποβληθεί σε επεξεργασία για το άτομό του (όπως οι καρδιακοί παλμοί, οι επιδόσεις του κ.α.).

Εφόσον κάποιος έχει αγοράσει προϊόντα από μια επιχείρηση λιανικής πώλησης στο διαδίκτυο, μπορεί να ζητήσει από την εταιρεία να του δώσει όλα τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που αυτή διατηρεί, ακόμη και των ημερομηνιών και των ειδών των αγορών του.

Ο χρήστης-καταναλωτής έχει επίσης το δικαίωμα αντίταξης στη λήψη online διαφημιστικού υλικού. Αν π.χ. αγόρασε εισιτήρια στο διαδίκτυο για μια μουσική συναυλία και στη συνέχεια βομβαρδίζεται με ηλεκτρονικές διαφημίσεις για εκδηλώσεις για τις οποίες δεν ενδιαφέρεται, μπορεί να ενημερώσει την εταιρεία ηλεκτρονικής έκδοσης εισιτηρίων ότι δεν θέλει να λαμβάνει πια online διαφημιστικό υλικό και αυτή πρέπει αμέσως να σταματήσει να στέλνει ηλεκτρονικά μηνύματα.

Ακολουθούν δέκα ερωταπαντήσεις που θα σας βοηθήσουν να καταλάβετε καλύτερα τις επερχόμενες αλλαγές.

1. Τι αφορά και ποιούς καλύπτει ο νέος Κανονισμός;

Ο νέος Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων (ΓΚΠΔ) της ΕΕ ρυθμίζει την επεξεργασία από άτομα, εταιρείες ή οργανισμούς των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που αφορούν άτομα στην ΕΕ.

Δεν υπάγεται σε αυτόν η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα αποθανόντων προσώπων ή νομικών προσώπων.

2. Πότε δεν θα εφαρμόζεται ο κανονισμός;

Οι νέοι κανόνες δεν εφαρμόζονται σε δεδομένα που υποβάλλονται σε επεξεργασία από ένα άτομο για αυστηρά προσωπικούς λόγους ή για δραστηριότητες που διενεργούνται κατ' οίκον, εφόσον δεν συνδέονται με επαγγελματική ή εμπορική δραστηριότητα. Δεν θα εφαρμόζονται αν π.χ. ένα άτομο χρησιμοποιεί το ιδιωτικό του βιβλίο διευθύνσεων για να προσκαλέσει φίλους μέσω ηλεκτρονικού μηνύματος σε μια γιορτή που διοργανώνει (ισχύει η εξαίρεση των οικιακών δραστηριοτήτων).

3. Ποιά θεωρούνται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα;

Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα είναι πληροφορίες που αφορούν ένα ταυτοποιημένο ή ταυτοποιήσιμο εν ζωή άτομο. Διαφορετικές πληροφορίες οι οποίες, εάν συγκεντρωθούν όλες μαζί, μπορούν να οδηγήσουν στην ταυτοποίηση ενός συγκεκριμένου ατόμου, αποτελούν επίσης δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα.

Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που έχουν καταστεί ανώνυμα, έχουν κρυπτογραφηθεί ή για τα οποία έχουν χρησιμοποιηθεί ψευδώνυμα, αλλά τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την επαναταυτοποίηση ενός ατόμου, παραμένουν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα και εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του ΓΚΠΔ.

Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που έχουν καταστεί ανώνυμα έτσι ώστε το άτομο να μην είναι ταυτοποιήσιμο, δεν θεωρούνται πλέον δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα. Για να είναι πραγματικά ανώνυμα τα δεδομένα, η ανωνυμοποίηση πρέπει να είναι μη αντιστρέψιμη.

Ο ΓΚΠΔ προστατεύει τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα ανεξάρτητα από την τεχνολογία που χρησιμοποιείται για την επεξεργασία τους. Είναι τεχνολογικά ουδέτερος και εφαρμόζεται τόσο στην αυτοματοποιημένη όσο και στη χειροκίνητη επεξεργασία. Επίσης, δεν έχει σημασία ο τρόπος που αποθηκεύονται τα δεδομένα - σε ψηφιακή ή έντυπη μορφή.

4. Ποιά είναι χαρακτηριστικά παραδείγματα δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και ποιά όχι;

Το όνομα και επώνυμο, η διεύθυνση κατοικίας, ο αριθμός ταυτότητας, η προσωπική ηλεκτρονική διεύθυνση (e-mail), ο αναγνωριστικός αριθμός τραπεζικής κάρτας, τα δεδομένα τοποθεσίας (π.χ. GPS σε κινητό τηλέφωνο), η διεύθυνση διαδικτυακού πρωτοκόλλου (IP) και τα δεδομένα υγείας που φυλάσσονται από νοσοκομείο ή γιατρό.

Παραδείγματα δεδομένων που δεν θεωρούνται προσωπικού χαρακτήρα, είναι ο αριθμός μητρώου εταιρείας, η εταιρική ηλεκτρονική διεύθυνση του τύπου «πληροφορίες@εταιρεία.com» και κάθε είδους ανώνυμα δεδομένα.

5. Τι αποτελεί επεξεργασία δεδομένων;

Ο όρος «επεξεργασία» καλύπτει ένα ευρύ φάσμα πράξεων που πραγματοποιούνται σε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, είτε με χειροκίνητα είτε με αυτοματοποιημένα μέσα. Περιλαμβάνει τη συλλογή, καταχώριση, οργάνωση, διάρθρωση, αποθήκευση, προσαρμογή ή μεταβολή, ανάκτηση, αναζήτηση πληροφοριών, χρήση, κοινολόγηση με διαβίβαση, διάδοση ή κάθε άλλη μορφή διάθεσης, συσχέτιση ή συνδυασμό, περιορισμό, διαγραφή ή καταστροφή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

Παραδείγματα επεξεργασίας αποτελούν η διαχείριση προσωπικού και η μισθοδοσία, η προσπέλαση/αναζήτηση πληροφοριών σε βάση δεδομένων επαφών που περιλαμβάνει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, η αποστολή διαφημιστικών

ηλεκτρονικών μηνυμάτων, η δημοσίευση/ανάρτηση φωτογραφίας ενός ατόμου σε ιστότοπο, η αποθήκευση διευθύνσεων IP και η μαγνητοσκόπηση με τηλεόραση κλειστού κυκλώματος.

6. Θα δει αλλαγές ο χρήστης στο Διαδίκτυο μετά τις 25 Μαΐου;

Όχι αισθητές. Μια αλλαγή για όσους ζουν στην ΕΕ, θα είναι ότι θα βλέπουν πια να τους «ακολουθούν» λιγότερες online διαφημίσεις μετά από κάποια ηλεκτρονική αγορά τους. Με τους νέους κανόνες, θα γίνει πιο δύσκολη η στοχευμένη ηλεκτρονική διαφήμιση που παίρνει «κατά πόδας» τον χρήστη από ιστοσελίδα σε ιστοσελίδα που επισκέπτεται, καθώς θα είναι πιο δύσκολο για τις εταιρείες να συλλέγουν και να πουλάνε πληροφορίες για τις διαδικτυακές συνήθειες των χρηστών, αφού πρώτα πάρουν την άδεια τους. Έτσι, η online διαφήμιση στην Ευρώπη θα τείνει να γίνει πιο γενική, όπως αυτή στην τηλεόραση, και όχι τόσο στοχευμένη όπως στις ΗΠΑ.

7. Ποιά θα είναι τα νέα δικαιώματα των χρηστών;

Θα έχουν το δικαίωμα να λαμβάνουν σαφείς και κατανοητές πληροφορίες για το ποιός επεξεργάζεται τα προσωπικά δεδομένα τους και γιατί. Θα μπορούν να ζητούν από όλες τις εταιρείες να έχουν οι ίδιοι πρόσβαση και να μαθαίνουν ποιά ακριβώς στοιχεία οι εταιρείες διατηρούν γι' αυτούς.

Θα έχουν επίσης το δικαίωμα στη «λήθη», δηλαδή, αν θέλουν, θα απαιτούν αυτά τα δεδομένα να διαγραφούν από τις βάσεις δεδομένων των εταιρειών. Αυτό δεν θα αφορά μόνο τις εταιρείες τεχνολογίας (π.χ. Facebook ή Google), αλλά τράπεζες, καταστήματα λιανεμπορίου και οποιαδήποτε άλλη εταιρεία ή οργανισμό κρατά προσωπικά δεδομένα, του εργοδότη συμπεριλαμβανομένου.

Για παράδειγμα, θα μπορεί κανείς, αν δεν είναι δημόσιο πρόσωπο, να ζητήσει από μία μηχανή αναζήτησης (π.χ. Google) να διαγράψει τους συνδέσμους (links), όπως ένα άρθρο εφημερίδας, που αναφέρονται σε μια προσωπική υπόθεση του παρελθόντος.

Αν, αντίστροφα, online προσωπικά δεδομένα χαθούν ή κλαπούν, η εταιρεία πρέπει μέσα σε 72 ώρες να ενημερώσει το άτομο και, αν δεν το κάνει, κινδυνεύει με πρόστιμο. Εάν κάποιος έχει υποστεί ζημία, μπορεί επίσης να ζητήσει αποζημίωση προσφεύγοντας στη δικαιοσύνη. Με δεδομένες τις συχνές κυβερνοεπιθέσεις χάκερ κατά εταιρειών, γίνεται αντιληπτή η σημασία αυτού του δικαιώματος.

Αν ο χρήστης-πολίτης υποψιάζεται ότι γίνεται κατάχρηση στη συλλογή δεδομένων που τον αφορούν, μπορεί να προσφύγει στην αρμόδια εθνική αρχή προστασίας προσωπικών δεδομένων, η οποία υποχρεούται να ερευνήσει το ζήτημα. Οι πολίτες μπορούν να προσφύγουν και ομαδικά εναντίον κάποιας εταιρείας, κάτι που έως τώρα ήταν ασυνήθιστο στην Ευρώπη, αντίθετα με τις ΗΠΑ.

Οργανώσεις πολιτών μπορούν να προσφύγουν για λογαριασμό ομάδων πολιτών. Αν μία υπόθεση κερδηθεί, αναμένεται να δημιουργηθεί νομικό προηγούμενο και για άλλες υποθέσεις, κάτι που θα αναγκάσει τις εταιρείες να πάρουν το ζήτημα της ιδιωτικότητας πιο σοβαρά.

Επίσης, δίνεται το δικαίωμα της «φορητότητας δεδομένων», δηλαδή δεν θα επιτρέπεται τα δεδομένα ενός προσώπου να «κλειδώνονται» σε μια εταιρεία ή πάροχο υπηρεσιών. Οι εταιρείες είναι υποχρεωμένες να επιτρέπουν στο χρήστη-καταναλωτή να «κατεβάξει» τα προσωπικά δεδομένα του και να τα μεταφέρει σε ανταγωνιστική εταιρεία, είτε πρόκειται για οικονομικά στοιχεία από τράπεζα σε τράπεζα, είτε για τη μεταφορά μιας playlist τραγουδιών από το Spotify σε ανταγωνιστική μουσική υπηρεσία streaming.

8. Οι χρήστες-καταναλωτές έχουν καταλάβει τι γίνεται;

Πολλοί όχι δυστυχώς. Ήδη αρκετές εταιρείες ενημερώνουν με e-mail και άλλους τρόπους τους χρήστες για τη νέα πολιτική τους σχετικά με τα προσωπικά δεδομένα, αλλά ο νόμος επιβάλλει οι όροι να είναι γραμμένοι απλά και όχι νομικίστικα, κάτι που συχνά δεν συμβαίνει. Επίσης οι εταιρείες πρέπει να δίνουν στον καθένα την επιλογή να μπλοκάρει τη συλλογή πληροφοριών που τον αφορούν. Όμως συχνά οι χρήστες συναινούν βιαστικά, χωρίς να καταλαβαίνουν και χωρίς να αξιοποιούν τις νέες δυνατότητες που έχουν.

9. Εκτός από τους χρήστες, οι εταιρείες έχουν κάτι να ωφεληθούν από τους νέους κανόνες;

Οι εταιρείες πλέον θα έχουν να κάνουν όχι με μια γραφειοκρατική πανσπερμία διαφορετικών εθνικών κανονισμών, αλλά με ενιαίους πανευρωπαϊκούς και προβλέψιμους κανόνες. Αυτό θα διευκολύνει, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τις διεθνείς ψηφιακές συναλλαγές και την επέκταση σε άλλες χώρες και νέες αγορές, ιδίως όσον αφορά τις μικρότερες εταιρείες. Οι κανόνες θα είναι ίδιοι για τις εγκατεστημένες στην ΕΕ εταιρείες και για όσες έχουν έδρα εκτός ΕΕ (π.χ. ΗΠΑ), αλλά λειτουργούν στην ΕΕ. Η αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών χάρη στους νέους κανόνες προστασίας των προσωπικών δεδομένων τελικά θα ωφεληθεί οικονομικά τις εταιρείες.

10. Πόσο αποτελεσματικός θα είναι ο νέος Κανονισμός στην πράξη;

Είναι πολύ νωρίς να εκτιμήσει κανείς, ίσως χρειασθούν χρόνια. Πολλά θα εξαρτηθούν από το πόσο αυστηρά οι εθνικές εποπτικές αρχές θα εφαρμόσουν τους νέους κανόνες. Δυστυχώς, μια πρόσφατη έρευνα του πρακτορείου Ρόιτερς μεταξύ των ρυθμιστικών αρχών των χωρών της ΕΕ, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι πολλοί από αυτούς τους ανεξάρτητους φορείς δεν είναι έτοιμοι ακόμη.

Οι 17 από τις 24 Αρχές που απάντησαν, δήλωσαν ότι είτε δεν έχουν την αναγκαία χρηματοδότηση, είτε επαρκές προσωπικό, είτε τις αναγκαίες εξουσίες για να εφαρμόσουν τους νέους κανόνες. Επιπλέον, σε αρκετές χώρες θα περάσουν μήνες, εφόσον οι κυβερνήσεις ενσωματώσουν το νέο ευρωπαϊκό κανονισμό στην εθνική νομοθεσία τους. Οι περισσότερες Αρχές θα ανταποκριθούν στα παράπονα των πολιτών, αλλά ελάχιστες θα δράσουν αυτόβουλα για να διασφαλίσουν ότι οι εταιρείες συμμορφώνονται με τους νέους κανόνες.

Έτσι, κρίσιμο ρόλο στην Ελλάδα και κάθε άλλη χώρα θα παίξει πόσο αποφασιστικά οι χρήστες-πολίτες θα διεκδικήσουν τα δικαιώματά τους και θα αξιοποιήσουν το νέο θεσμικό πλαίσιο. Τελικά, θα φανεί πόσο πράγματι νοιάζονται οι άνθρωποι για τα προσωπικά δεδομένα τους.