**Τι είναι τα προσωπικά δεδομένα και γιατί είναι πολύτιμος λίθος**

Σε μια εποχή που η ιδιωτική ζωή προβάλλεται στις χρονογραμμές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αναζητείται νέος ορισμός για αυτό που έχει απομείνει κρυφό, μυστικό και πολύτιμο προσωπικό δεδομένο.

Σήμερα ο άνθρωπος αντιμετωπίζει αυτάρεσκα την αυτοματοποιημένη συμπεριφορά του αλγορίθμου, ενός έξυπνου τηλεφώνου ή μιας εφαρμογής στον υπολογιστή. Ξεκλειδώνει με το αποτύπωμά του ή την εικόνα του το τηλέφωνό του και κομπάζει ότι τον αναγνώρισε η μηχανή και του ανοίγει δρόμο στις λεωφόρους του διαδικτύου. Για να κάνει φίλους, να ανήκει κάπου και να εξυπηρετεί τις ανάγκες τους στον εικονικό κόσμο, αποκαλύπτει τις σχέσεις του, λεπτομέρειες της ζωής του, προτιμήσεις κατανάλωσης και πεποιθήσεις σα να επιδιώκει ταυτόχρονα να εκπαιδεύσει όσο γίνεται καλύτερα και το network.

Οι δοσμένες συνθήκες είναι η αναγκαστική διάδραση των ανθρώπων με τις μηχανές μέσω των υπολογιστών, και η βουλιμία των αλγορίθμων των τεχνολογικών γιγάντων να εντοπίσουν το πλήρες προφίλ του κάθε χρήστη, για όποια χρήση προκύψει όπως απέδειξε ο Σνόουντεν, μετά την προφανή στοχευμένη σε κάθε άτομο διαφήμιση.

Έτσι αναπτύχθηκε ένα παγκόσμιο εμπόριο τρισεκατομμυρίων για τα προσωπικά δεδομένα καταθετών Τραπεζών, ασφαλισμένων σε συστήματα υγείας, χρηστών υπηρεσιών επικοινωνίας και παιδιών – παικτών ηλεκτρονικών παιχνιδιών.

Η συλλογή και η επεξεργασία αυτών των προσωπικών δεδομένων γίνεται ελεύθερα και χωρίς διαφάνεια, κάτι που μοιάζει με ασυδοσία. Κάνεις χρήση μιας εφαρμογής ή αιτείσαι να μπεις σε ένα περιβάλλον και όπως σου ανακοινώνεται με ψιλά γράμματα στην καλύτερη περίπτωση, αποδέχεσαι τους όρους χρήσης της. Η απόδειξη μιας έντιμης εκμετάλλευσης της πληροφορίας δε δίδεται. Η διαχείριση μιας παιδικής συγκατάθεσης γίνεται αυθαίρετα και σε ηλικιακό όριο που μπορεί να μην έχει σχέση με το νομοθετικό πλαίσιο μιας χώρας.

Η λίστα καταστάσεων που περιγράφουν σε βάθος την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων δεν έχει τελειωμό. Ας υποθέσουμε ότι κλείνουμε την αναφορά σε αυτήν την περιγραφή με την όλο και πιο συχνή συζήτηση για τα «επιτεύγματα» των χάκερς ή για τις αποκαλύψεις ότι είναι εύκολη η καταγραφή της φωνής και της εικόνας μας, παρά τη θέλησή μας, από τα κινητά μας τηλέφωνα.

Υπό αυτές τις συνθήκες ο ορισμός της ιδιωτικότητας και των προσωπικών δεδομένων, της προστασίας των δικαιωμάτων του ανθρώπου και της αποφυγής -με κάθε τεχνικό και φυσικό μέτρο- της βλάβης στην αξιοπρέπειά του, των προσωπικών του ελευθεριών και δικαιωμάτων, είναι ασφαλώς η επίμονη επανάληψη όλων των πληροφοριών που μπορούν να οδηγήσουν στην αναγνώριση ενός προσώπου και η επίγνωση του κινδύνου να γίνουν αντικείμενο επεξεργασίας στοιχεία μας ή συμπεριφορές και πεποιθήσεις μας, χωρίς τη συγκατάθεσή μας.

Με άλλα λόγια, όνομα, τηλέφωνο, διεύθυνση, email, IP address, ΑΦΜ, ΑΜΚΑ, ΑΔΤ, IBAN και οτιδήποτε συμπληρώνει την εικόνα του προφίλ μας, μαζί με τα στοιχεία συμπεριφοράς μας, κίνησης στον χώρο, χρονικές επιλογές, καταναλωτικές προτιμήσεις, πολιτικές πεποιθήσεις, ιατρικές πληροφορίες, βιομετρικά και βιοχημικά δεδομένα, είναι δικά μας στοιχεία που πρέπει να τα διαθέτουμε μόνον εάν θέλουμε και εφόσον γνωρίζουμε ποιος τα συλλέγει, πως τα διασφαλίζει από κινδύνους διαρροής για πόσο χρόνο και για ποιο σκοπό θα τα αξιοποιήσει. Θα πρέπει να γνωρίζουμε ότι η απόφαση να τα δώσουμε σημαίνει ότι εμπιστευόμαστε την εταιρεία που τα διαθέτουμε, γνωρίζουμε και μπορούμε να επικοινωνήσουμε το φυσικό πρόσωπο που είναι Υπεύθυνος Προστασίας Δεδομένων και λογοδοτεί και έχουμε πλήρη δικαιώματα άρσης συναίνεσης, διαγραφής – διόρθωσης, λήψης λεπτομερούς αναφοράς και λήθης.

Αυτό που πρόκειται να συμβεί από τις 25 Μαΐου του 2018 είναι η υποχρεωτική εφαρμογή των παραπάνω από κάθε νομικό πρόσωπο στον κόσμο ολόκληρο, που διαθέτει δεδομένα Ευρωπαίων πολιτών. Καλείται δηλαδή να υπηρετεί αυστηρούς κανόνες της Ευρώπης με το διακριτικό τίτλο GDPR (Γενικός Κανονισμός Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων 2016/679) με απειλή προστίμων έως 4% του παγκόσμιου τζίρου ή το λιγότερο, 20 εκ ευρώ.

Αυτό σημαίνει ότι την ίδια ώρα που ο άνθρωπος αποκτά πολύ σημαντικότερα δικαιώματα από το παρελθόν και ορίζονται νέοι αυστηροί κανόνες για τα προσωπικά δεδομένα, οι επιχειρήσεις διεκδικούν τη συγκατάθεση των χρηστών αντιμετωπίζοντάς την ως το πετράδι στο στέμμα τους στο σημερινό περιβάλλον ανταγωνισμού.

Ειδικά για τις επιχειρήσεις των ΜΜΕ προφανώς θα έχει μεγαλύτερη σημασία η εμπιστοσύνη του κοινού και η συγκατάθεση συγκέντρωσης μεγάλου αριθμού συγκαταθέσεων επί μακρόν, παρά η τηλεθέαση – επισκεψιμότητα- ακροαματικότητα. Μάλλον δηλαδή, την άδεια θα τη δίνει και θα την παίρνει πίσω το κοινό…

Η 28η Ιανουαρίου είναι η [**Ευρωπαϊκή Ημέρα Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων.**](https://ec.europa.eu/commission/priorities/justice-and-fundamental-rights/data-protection/2018-reform-eu-data-protection-rules_el)