



GDPR aneb mnoho povyku pro nic?

Evropské nařízení o ochraně osobních údajů čili česky džídípiár je nyní žhavým tématem, o němž slyšel snad každý s výjimkou neslyšících a batolat. Nařízení platí od 25. května letošního roku, pro právní štouraly budiž poznamenáno, že vstupuje v účinnost, ale je to vcelku jedno. Prostě je nutné se jím řídit.

Normálně by žádný velký poprask nenastal, ostatně při současných stovkách předpisů, jimiž jsme zavaleni ze všech stran, by si nařízení povšimli snad jen fanatičtí labužníci právní četby, avšak v tomto případě je hrozba sankcí za jeho nedodržení tak drastická (až 20 mil. eur), že došlo k hromadné panice a ona čtyři velká písmena se řeší na všech úrovních. My pamětníci si nemůžeme nevzpomenout na podobnou hrozbu v roce 2000, kdy jsme byli cíleně bombardováni poplašnou zvěstí, že všechny počítače přestanou fungovat, protože si neporadí s přechodem z roku 1999 na 2000. Dnes už víme, že si poradily a my firmám, co nás zbytečně zachraňovaly, zaplatili nemalé sumy.

Nyní se pokusím poskytnout bezplatný (!) návod, jak na GDPR. Předem upozorňuji, že má doporučení nelze brát jako jedinou alternativu přístupu k dané problematice, ale troufám si tvrdit, že se bez nich stěží obejdete.

Pokud jde o sběr osobních údajů, nejlepší je žádné nesbírat. Notoričtí sběrači se mohou vyřádit v lese při hledání hub či ovoce, event. při sběru papíru a jiných cenných surovin, jistě i známek, odznaků atd., ale data at

nechají raději ležet tam, kde jsou. Nejhorší jsou z tohoto pohledu osobní data, tedy taková, která se váží k nějaké osobě. Pokud někdo slyšel o osobních údajích, nemusí propadat panice. Data nebo údaje považujeme za to samé.

Naopak pro nás jako lidské bytosti, nazývané osobami fyzickými, bych doporučil žádné osobní údaje nikomu nesdělovat. Což může být leckdy kruté, třeba v případě, kdy Vás požádá úchvatná žena o telefonní číslo a Vy jí ho z důvodu ochrany tohoto údaje nedáte navzdory tomu, že toho budete do smrti litovat. I přes tento odstrašující příklad trvám na doporučení osobní údaje nesdělovat. Na vysvětlenou ještě dodávám, že osobními údaji jsou třeba jméno, příjmení, adresa, věk, pohlaví nebo i fotografie (nikoliv každá, třeba prázdná pláž z letní dovolené není osobním údajem do té doby, dokud na ni fotomontáží neumístíte konkrétní osobu za účelem pochlučení se přátelům na některé ze sociálních sítí). K pojmu sociální síť nemám dost prostoru na vysvětlenou, tak jen stručně. Je to komunikační platforma – tento výraz rovněž bez IT podpory nevysvětluji – kde může komunikovat každý, ať je sociál či asociál. Komunikovat znamená být ve styku, prezentovat se, vyhledávat informace včetně osobních a zvláště nejosobnějších, které neměly spatřit světlo světa, resp. sítě. Leckdy se ovšem předání osobních údajů ubránit nelze. Takto například při koupi zboží v obchodě pravidelně zazní dotaz, zda nechcete dodatečnou slevu díky zákaznické

kartě, kterou ještě nevlastníte, ale pokud o ni projevíte zájem, bude ihned vystavena. A teď babo rad. Máte předat neznámému prodejci tak citlivé osobní údaje, jako je Vaše pohlaví? Tím spíše, když si jako chlap kupujete dámské lodičky a sám si tím nejste jistý, jistá nebo jisté? Anebo sdělit adresu, abyste riskovali, že Vás tam někdy prodávající osloví před domem s nabídkou dalšího páru obuvi v lepším případě, anebo něčeho jiného v horším? Zde vidím jako řešení vycházet ze zásady proporcionality. Tedy bude-li nabízená sleva činit třeba 20 procent, lze prodejci sdělit méně důležitý osobní údaj typu křestního jména. U 40 procent lze uvažovat i o příjmení, naopak při 70 a vyšší procentní slevě jistě není od věci trocha velkorysosti při nakládání s osobními údaji a od 90 procent je logické, že sdělím i ty nejintimnější zážitky.

O data nejsme samozřejmě žádáni jen v obchodě tzv. kamenném, tedy takovém, který pochází takřka ze stejné doby. Dnes existují kromě nákupních center téměř výhradně obchody internetové, do nichž vcházíme, aniž bychom udělali jediný krok, a díky několika kliknutím myši nebo dotekům klávesnice získáváme spotřební zboží, určené ke spotřebě, které je vyrobeno v dnešní době tak, aby vydrželo co nejméně.

Jakmile do nějakého internetového obchodu byt jen nakoukneme, jsme vzápětí zavaleni nabídkami zboží všeho druhu a reklamami na cokoli. Nově se díky GDPR situace mění v tom smyslu, že nás firmy

žádají o souhlas se zpracováním našich osobních údajů a současně nás jsou povinny informovat, k jakému účelu tyto údaje budou používat. Tím, že všichni vyčkávali příliš dlouho, došlo k situaci, kdy přicházejí žádosti o souhlas v počtu desítek denně, a to nejen od internetových prodejců neboli e-shopů, nýbrž i dodavatelů služeb, škol, bank, lékařů, sociálních sítí, divadel a mnoha dalších subjektů, kteří nás měli ve svých databázích, aniž jsme tušili. Žádosti jsou často velmi rafinovaně formulovány tak, že nesouhlas znamená odříznutí od dalších nabídek, čehož budeme trpce litovat. Ostatně ne každý je schopen odolat riziku neodebírání informačních letáků o nových produktech a lákavých slevách.

Přejdu-li opět na druhou stranu barikády čili převléknu kabát, jak je v naší kotlině zvykem, a zamyslím se nad povinnostmi firem neboli právnických osob, vyplývajícími z nového nařízení, bude to náročnější.

Pokud má lékař informovat pacienta o zdravotním stavu, nebyl s tím dosud žádný problém. Obvykle poslal sestřičku do přeplněné čekárny a ta štěkla na čekajícího pacienta: „Co je Vám nebo co potřebujete?“ Pacient ji tedy za účasti mnoha svědků svědomitě informoval a ona vzkaz jen přerýkala lékaři. Lékař pak následně ověřil, zda se pacient nemýlil, a většinou diagnózu v ordinaci potvrdil. Nové časy však zavládly i zde. Mimo ordinaci již pacienti mohou být informováni jen poté, co k tomu udělí výslovně souhlas. Kdo neudělí, nic se nedozví. A zřejmě umře.

Jednou z možností je také pacienty čipovat, přičemž údaje zašifrované v čipu by byly rozpoznatelné pouze pro oko lékaře (precizněji pro obě oči). Méně sofistikovaným řešením je přidělení celoživotního čísla pacientovi. Na způsob rodného čísla, z něhož ovšem nelze nic vyčíst.

Bohatší pacienti by měli možnost si číslo vybrat stejně jako SPZ. Což by se ovšem chudším nemuselo líbit. A jak známo, revoluce vznikají kvůli maličkostem.

Něco praktického. Dodavatelé služeb typu voda, elektřina, plyn a odpad, co smí a nesmí? Tak předně smějí dodávat dál, pokud mají platné smlouvy. Nesmějí ovšem již podstrkávat svým zákazníkům další nabídky z jiných oblastí bez jejich souhlasu. Nesmí si fotit zákazníky, jak šťastně vynášejí odpadky do sběrných nádob, a poté fotky publikovat ve svých newsletterech, které nikdo nečte. Pokud by tak chtěly firmy přesto činit, nabízí se možnost fotky natolik rozostřit, aby nebylo poznatelné, co na fotce je. Resp. kdo. Je potom na zvážení, k čemu taková fotka slouží? Snad jako puzzle.

Školy přestanou asi fotit úplně. Stačí, aby si jeden rodič postavil hlavu, a fotka třídy je jen utopií. Následná retuš již situaci k estetické dokonalosti nedovede.

A na závěr co my, nadšenci vědy právní? Co uděláme s databází klientů, s našimi zaměstnanci, sponzory, které nemáme, sponzorovanými, kteří se stále nabízejí, našimi webovými

mi stránkami a dalšími nástrahami našeho živobytí?

Jak se popereme s pojmy zvláštní kategorie osobních údajů, správce, zpracovatel, pověřenec pro ochranu osobních údajů, DPIA, analýza rizik apod.? To ukáže čas. Především poradíme všem, co si poradit nechají, protože v první řadě všichni zdůrazníme, že jsme experty na tuto oblast. Následně si pak přečteme pár článků těch, co mají čas něco napsat a posléze budeme čekat, kdo a za co bude sankcionován. Tedy na právní praxi.

Je tedy GDPR prospěšné nařízení, anebo není a je to jen opět jeden velký humbuk? Za sebe hlasuji určitě pro nařízení. Vadí mi jen, že přineslo spoustu povinností a nejistoty pro menší firmy a instituce, ačkoliv hlavně směřuje proti velkým hráčům, kteří si dosud s našimi daty pohrávali jak kočka s myší. Nezbyvá než věřit, že případné sankce budou rozumné a až s odstupem času, jak je ostatně přislíbeno.

Teď jen přemýšlím, zda se podepsat. Přece jenom jde o osobní údaj a ten je cenný! No ale budiž... ●

JUDr. Josef Vejmelka, advokát
Vejmelka & Wunsch s. r. o.

W VEJMELKA & WUNSCH
ADVOKÁTI ATTORNEYS AT LAW RECHTSANWÄLTE