

Către
Comitetul european pentru protecția datelor (EDPB)
Rue Montoyer 30
1000 Bruxelles
BELGIA

16 februarie 2024

"Pay or okay" - sfârșitul unei "alegeri autentice și libere"

Stimați membri ai EDPB,

În următoarele câteva săptămâni, EDPB va emite ceea ce va fi probabil cel mai important aviz de până acum, stabilind dacă europenii au în continuare o opțiune realistă de a refuza prelucrarea datelor lor personale în viitorul apropiat.

În noiembrie 2023, Meta a adoptat o nouă abordare "pay or okay". Autoritățile pentru protecția datelor cu caracter personal olandeză, norvegiană și germană au solicitat acum un aviz al EDPB cu privire la această abordare. De asemenea, a devenit recent public faptul că Meta face lobby în mod activ pe lângă fiecare autoritate pentru a susține abordarea lor.

Suntem extrem de îngrijorați de acest vot și solicităm EDPB să emită o decizie pe această temă care să se alinieze la dreptului fundamental la protecția datelor cu caracter personal. Atunci când este permisă opțiunea "pay or okay", persoanele vizate pierd, de obicei, "alegera reală sau liberă" de a accepta sau de a refuza prelucrarea datelor lor cu caracter personal, care a fost o piatră de temelie a reformei GDPR și care a fost susținută în mod repetat de CJUE, de asemenea, în cauza C252/21 Bundeskartellamt. Cu "pay or okay", orice site web, aplicație sau altă companie care se adresează consumatorilor poate pur și simplu să pună o etichetă de preț pe orice opțiune de "respingere", asigurându-se că marea majoritate a persoanelor vizate trebuie să accepte utilizarea, partajarea sau vânzarea datelor cu caracter personal - sau să plătească o taxă care poate fi de peste 100 de ori mai scumpă decât veniturile generate de utilizarea datelor cu caracter personal.

Atunci când s-au confruntat pentru prima dată cu abordările de tip "pay or okay" folosite de către mass-media influente, unele autorități pentru protecția datelor cu caracter personal au încercat să privilegieze "pay or okay", sperând să sprijine un sector industrial în dificultate care a suferit de pe urma migrării publicității către big tech în ultimii 20 de ani. Cu toate acestea, editorii nu primesc decât firimiturile de câțiva cenți per utilizator atunci când oamenii acceptă urmărirea online. Profiturile rămân la marile rețele de publicitate și la marile platforme tehnologice care se bazează în mare măsură pe un model de afaceri de supraveghere. Prin urmare, abordarea "pay or okay" nu a arătat un efect semnificativ în ceea ce privește nivelul veniturilor editorilor de știri - astfel, chiar și inventatorii inițiali ai modelului "pay or okay" nu au făcut decât să continue să piardă venituri. Prin urmare, "Pay or okay" este, în principal, un instrument de creștere a ratelor de consimțământ la aproape 100%.

În cazul în care "pay or okay" va fi permisă, aceasta nu se va limita la paginile de știri sau la rețelele sociale, ci va fi utilizată de orice sector industrial care are capacitatea de a monetiza datele personale prin consimțământ. GDPR nu prevede un tratament diferit pentru fiecare sector industrial. În practică, acest lucru ar reuși să submineze cu succes GDPR, standardul european ridicat de protecție a datelor și ar anula toate protecțiile realiste împotriva capitalismului de supraveghere.

Ironia mișcării actuale a Meta este că deciziile naționale anterioare de a sprijini editorii sunt acum exploatare de unul dintre cei mai mari dușmani ai editorilor. Deși înțelegem speranțele acestor decizii naționale anterioare, este evident că acestea au eșuat și reprezintă acum un risc enorm pentru funcționarea GDPR în toate celelalte sectoare.

Persoanele vizate din întreaga UE și din afara acesteia sunt îngrijorate, pe bună dreptate, cu privire la utilitatea GDPR, având în vedere utilizarea zilnică a bannerelor absurde de consimțământ și a "metodelor întunecate de convingere" care subminează "alegerea reală și liberă" a persoanelor vizate. EDPB a susținut deja că, de exemplu, utilizarea de "căsuțe pre-bifate", existența unui link de respingere încorporat într-un text mai lung sau ascunderea unui buton de "respingere" pe al doilea rând încalcă GDPR. Aceste decizii au fost esențiale, deoarece știm că aceste tipuri de modele obscure cresc ratele de consimțământ de la 3-10% care doresc cu adevărat publicitate personalizată la 79% sau chiar 90%.

Având în vedere că "pay or okay" are ca rezultat o rată de consimțământ (forțat) și mai mare, de peste 99,9%, nu înțelegem cum ar fi legal să se perceapă până la 251,88 EUR pentru a face clic pe un buton de respingere, în comparație cu mutarea opțiunii de "respingere" în al doilea nivel sau cu o căsuță "pre-bifată". Surse din industrie citează chiar "pay or okay" ca o modalitate de a submina acțiunea de aplicare a legii privind bannerele de consimțământ din partea autorității pentru protecția datelor cu caracter personal ("Cererea pentru un buton de refuz la primul nivel ... a determinat furnizorii de conținut și servicii digitale să introducă așa-numitele modele [pay or okay]").

Suntem de acord cu autoritatea pentru protecția datelor cu caracter personal olandeză că drepturile fundamentale nu sunt rezervate persoanelor care și le pot permite. "Pay or okay" încadrează viața privată ca pe un serviciu plătit - o marfă - normalizând o viziune conform căreia, în mod implicit, rezidenții UE nu au dreptul la protecția datelor, iar utilizatorii trebuie să își "cumpere" drepturile fundamentale de la operatori. Prin urmare, îndemnăm autoritățile să nu se încurce în dezbateri privind suma exactă care ar putea fi considerată "adecvată" atunci când trebuie să "vândă" drepturi fundamentale. Angajarea într-o evaluare pur monetară ar transforma rapid autoritățile de supraveghere în "reglementatori de prețuri" ori de câte ori consimțământul este vândut utilizatorilor, când rolul lor este de a se asigura că este respectată "alegerea liberă și reală" a persoanelor vizate. În special pentru că operatorii tind să "amestece" elemente fără legătură între ele (cum ar fi calitatea sau conținutul terților, publicitatea, personalizarea, urmărirea online și accesul la servicii) în două opțiuni, ar fi necesare evaluări complexe.

Chiar dacă vânzarea dreptului fundamental la protecția datelor ar fi acceptată, iar revizuirea ar fi redusă la o evaluare pur economică, așa cum indică autoritatea pentru protecția datelor cu caracter personal irlandeză, este clar că economia de tip "pay or okay" ar scăpa repede

de sub control. Numărul redus de abonamente, care reprezintă mai puțin de 0,1% din totalul utilizatorilor, nu generează venituri substanțiale. Credem că Meta, și alte companii care probabil vor urma exemplul, sunt conștiente de faptul că majoritatea utilizatorilor nu vor fi nici capabili, nici dispuși să plătească o taxă.

În prezent, un singur furnizor de rețele sociale percepe 251,88 EUR pe an. Utilizatorii europeni au în medie peste 35 de aplicații pe telefonul lor și, de obicei, partajează date cu sute de platforme. Posibilitatea de a plăti pentru dreptul fundamental la protecția datelor ar depăși rapid bugetul oricărei persoane obișnuite. Dacă toți ceilalți furnizori ar trece în mod egal la "pay or okay", o familie de patru persoane cu doar 35 de aplicații pe telefon ar ajunge la o factură de aproximativ 35 263,20 EUR pe an. În condițiile în care venitul mediu în UE este de 19 083 EUR și chiar de 5 378 EUR în unele state membre. Acest lucru impune un model de afaceri în care viața privată devine mai degrabă un lux decât un drept fundamental, consolidând în mod direct excluderea discriminatorie existentă în ceea ce privește accesul la domeniul digital și controlul asupra datelor personale. Dreptul fundamental la protecția datelor ar deveni în mod clar indisponibil în mare măsură, nu numai pentru cei 22,6 % din populația europeană care sunt în prezent expuși riscului de sărăcie sau de excluziune socială. Observăm, de asemenea, că prețurile de tip "pay or okay" au crescut rapid, odată ce autoritățile pentru protecția datelor cu caracter personal le-au acceptat în principiu.

Prin urmare, îndemnăm EDPB și toate autoritățile să se opună cu fermitate "pay or okay" pentru a preveni crearea unei lacune substanțiale în GDPR. Avizul EDPB va influența viitorul protecției datelor și al internetului pentru anii următori. Este extrem de important ca acest aviz să asigure cu adevărat persoanelor vizate o "alegere reală și liberă" în ceea ce privește prelucrarea datelor lor personale.

Association for Technology and Internet (ApTI)
Bits of Freedom
Corporate Europe Observatory (CEO)
The Daphne Caruana Galizia Foundation
Defend Democracy
Deutsche Vereinigung für Datenschutz (DVD)
Digital Rights Ireland
Državljan D / Citizen D
Eko
The Electronic Privacy Information Center (EPIC)
Elektronisk Forpost Norge (EFN)
epicenter.works - for digital rights
European Federation of Public Services (EPSU)
Eticas Foundation
Forbrugerrådet Tænk / The Danish Consumer Counsel
Forbrukerrådet (Norwegian Consumer Council)
Föreningen för digitala fri- och rättigheter (DFRI)
Hermes Center
Homo Digitalis
Irish Council for Civil Liberties

IT-Pol Denmark

#jesuislà

noyb - European Center for Digital Rights

Panoptikon Foundation

Resource Center for Public Participation

Stichting Onderzoek Marktinformatie

Wikimedia Europe

Xnet, Institute for Democratic Digitalisation