

Kopiuj-wklej, czyli jak skutecznie biznes lobbuje przeciwko ochronie danych

12 lutego 2013

Często używane w kontekście reformy ochrony danych określenie „lobbying biznesu” może wydawać się nieco enigmatyczne. Kto i za czym lobbuje? Jak to się przekłada na głosy w Parlamencie Europejskim i na naszą prywatność? Na to pytanie próbuje odpowiedzieć Max Schrems, inicjator znanej akcji „Europe vs Facebook”. Schrems opublikował szczegółowe zestawienie ilustrujące, jakie konkretnie poprawki podsuwane przez lobbystów zostały przyjęte jako „własne” przez poszczególnych posłów. Na tej liście pojawiają się również polscy eurodeputowani.

Proces legislacyjny w Parlamencie Europejskim jest skomplikowany: zanim dojdzie do głosowania plenarnego, nad każdym projektem pracuje niezależnie kilka komisji, które wypracowują własne opinie. W praktyce oznacza to, że w każdej komisji dochodzi do głosowania nad poprawkami do projektu, a wyniki tych głosowań mają duży wpływ na to, co ostatecznie zdecyduje Parlament w pełnym składzie. Każde głosowanie to swoiste przeciąganie liny pomiędzy różnymi grupami nacisku.

Parę tygodni temu komentowaliśmy wyniki głosowania w komisji rynku wewnętrznego i ochrony konsumentów (IMCO), która jako pierwsza opiniowała projekt rozporządzenia o ochronie danych. Wówczas pisaliśmy, że „posłowie zamiast bronić praw obywateli-konsumentów wybrali ochronę interesów biznesu i postawili na swobodny przepływ danych”. Analiza przeprowadzona przez Max Schremsa pokazuje, jak duży wpływ na wyniki głosowania miały konkretne firmy oraz instytucje reprezentujące interesy branży internetowej i bankowej.

Analizując dokumenty lobbingowe największych firm, Schrems dopasował zawarte w nich poprawki do propozycji sformułowanych w opinii Komisji Rynku Wewnętrznego i Ochrony Konsumentów. W dokumencie opracowanym przez IMCO znalazło się aż 15 poprawek będących kopią propozycji takich graczy jak Amazon (wspierany przez eBay), American Chamber of Commerce, EuroISPA, European Banking Federation czy Digital Europe.

Dzięki analizie Schremsa można zobaczyć jak wypada to porównanie, a także sprawdzić, którzy posłowie dali się przekonać do biznesowych argumentów. Oczywiście, samo w sobie nie jest to nic negatywnego – lobbingiem na rzecz swoich poprawek zajmują się przecież także organizacje obywatelskie, a posłowie mają prawo wysłuchać propozycji różnych środowisk. Sedno tkwi w zachowaniu właściwych proporcji – tak, aby przy korzystaniu z biznesowych poprawek nie stracić z oczu celu reformy, którym jest przecież zapewnienie mocnych standardów ochrony danych w Unii Europejskiej. W tym kontekście zamiast automatycznego kopiowania, bardziej wskazana byłaby refleksja i ocena realnych skutków przyjęcia takich, a nie innych rozwiązań. Mamy nadzieję, że takiej refleksji nie zabraknie członkom kolejnych komisji, które będą głosować nad projektem rozporządzenia o ochronie danych osobowych.

Autorzy: Katarzyna Szymielewicz, Barbara Gubernat

Źródło: [Fundacja Panoptikon](#)