



**AUDIÊNCIA PÚBLICA –
OS IMPACTOS DA PEC
17/2019 NA FUTURA
ATUAÇÃO DA ANPD E
OS DIREITOS DOS
USUÁRIOS**

> COALIZÃO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

- associações integrantes



A **ABEMD** foi fundada em 1976 e está intimamente ligada ao tema de tratamento de dados, já que concilia os interesses do marketing de dados, de relacionamento e marketing direto. Esta **possui 300 associados de comunicação** dirigida, digitais, empresas de tecnologia, consultorias, prestadores de serviços.



A **ABRADI** é uma entidade de classe, sem fins lucrativos, que defende os interesses das empresas desenvolvedoras de serviços digitais no Brasil, reunindo cerca de 600 empresas por todo o país. A associação é um ambiente democrático e inclusivo para empresas que tenham soluções digitais, que estimula os associados a colaborar ativamente na discussão de normas e processos de excelência e a dialogar francamente com o mercado e demais setores da sociedade.



A **ABAP** atua há quase 70 anos na defesa dos interesses das agências brasileiras, tendo sido co-fundadora do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), do Conselho Executivo das Normas-Padrão (Cenp), do Instituto Verificador de Comunicação (IVC), do Instituto Palavra Aberta de Liberdade de Expressão, do Fórum de Produção Publicitária e do Fórum do Audiovisual e do Cinema (FAC). É a maior organização do setor da América Latina e suas associadas são responsáveis por 78% dos investimentos publicitário brasileiro em mídia.



A **ABRACOM - Associação Brasileira das Agências de Comunicação** é a entidade representativa das empresas que prestam serviços de gestão de relacionamentos estratégicos de comunicação. Com associados em 22 Estados e no Distrito Federal, que atuam nas áreas de diagnóstico e planejamento de comunicação e relacionamento com públicos estratégicos. Suas agências atuam junto às maiores e melhores empresas do país e também desenvolvem programas de relacionamento estratégico para pequenas e médias empresas, bem como para o setor público.

> COALIZÃO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

- associações integrantes



A **ABRAREC** foi criada em 2003 por profissionais que se destacavam na comunicação/relacionamento entre empresa e cliente, oriundos das atividades de Marketing de Relacionamento, Marketing Direto, Call Center, Telemarketing, Database Marketing, Relações Institucionais, Jurídico, CRM e Vendas.



A **FENAPRO**, Federação Nacional das Agências de Propaganda, consiste em uma Entidade Sindical de grau superior. Esta disponibiliza ao quadro associativo, os Sindicatos das Agências de Propaganda, e conseqüentemente às Agências de Propaganda filiadas a eles.



A **ABEP – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa** foi criada em 1984 com o objetivo de representar, defender a ética, os interesses comuns e contribuir para a contínua evolução e profissionalização da indústria da pesquisa e reúne as maiores empresas de pesquisa do Brasil, além de empresas de médio e pequeno porte, que somadas são responsáveis por cerca de 91% dos investimentos em pesquisa realizados no País.



A **AMPRO – Associação de Marketing Promocional** foi criada em 1993 com o objetivo de reunir e representar todos os segmentos de marketing promocional do país, sua é missão representar o mercado de Live Marketing, atuando como órgão agregador, orientador e fomentador. A associação está em todo o território nacional, para atender melhor seus associados e o mercado de Live Marketing, considerando as características locais, dispõe de um Capítulo e sete Diretorias Regionais.

> COALIZÃO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

— associações integrantes



A **ANJ – Associação Nacional de Jornais** foi fundada em 1979, e tem por objetivo a defesa dos legítimos interesses dos jornais brasileiros, promovendo estudos e ações para o desenvolvimento desses veículos de comunicação, defendendo a liberdade de imprensa. A ANJ também tem dois outros grandes objetivos: defesa da livre expressão, um dos princípios da democracia, e valorização do jornal na educação e na construção da cidadania.



A **APP – Associação dos Profissionais de Propaganda**, foi fundada em 29 de setembro de 1937, e nasceu da necessidade da atividade publicitária ter uma voz que não se calasse diante dos temas e o negócio publicitário e do profissional de propaganda. Na sua longa existência, vem ajudando a fazer da propaganda uma das atividades profissionais de maior expressividade em nosso País e oferecendo a toda a América Latina preciosas colaborações técnicas, profissionalizantes e de desenvolvimento ético da profissão.



A **ANER – Associação Nacional de Editores de Revistas** é uma entidade nacional, sem fins lucrativos, que representa as editoras de revistas periódicas de consumo. Foi fundada em 1986 com o objetivo de promover e defender os interesses comuns do mercado de revistas, editorial e comercial, nos seus mais diversos segmentos, tanto em impressão como por mídia eletrônica.



A **Confederação Nacional de Comunicação Social (CNCOM)** é a entidade de grau superior de representação do setor de comunicação social brasileiro. Esse setor gera mais de 160 mil empregos formais diretos. São empregos de melhor padrão de qualidade e remuneração, com uma média salarial superior a R\$4.000,00. A cadeia produtiva de Comunicação Social gera um total de mais de 700 mil empregos. Sistema Confederativo



A **Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão** é uma sociedade civil sem fins econômicos, fundada em 27 de novembro de 1962, constituída por empresas de radiodifusão autorizadas a funcionar no País. Tem como principal objetivo a defesa da liberdade de expressão, em todas as suas formas, bem como representar os interesses das emissoras de radiodifusão.



PEC 17/2019 E O DIREITO DOS USUÁRIOS

ARTIGO 5º,
incisos XII, da
Constituição
Federal

- A proteção de dados é tratada na Constituição Federal de forma indireta através da privacidade.
- Na Constituição Federal a privacidade se destaca como o direito de sigilo das informações, relacionadas principalmente ao sigilo de correspondência.
- A Proteção de Dados Pessoais deve ser um direito autônomo para que não colida com outros direitos fundamentais, e também para que não colida com outras facetas da privacidade já existentes na Constituição Federal.
- É ideal que se foque numa característica de um direito positivo, da qual se dê o controle ao cidadão sobre os seus dados.
- A Proteção de Dados como direito fundamental garante ao cidadão a sua aplicação imediata.

COMPETÊNCIA PRIVATIVA DA UNIÃO PARA LEGISLAR SOBRE A MATÉRIA



- Conforme determina o parágrafo único do artigo 1º da LGPD, o tema de proteção de dados é de INTERESSE NACIONAL.
- Consequência do desalinhamento entre os entes federados:
 - ✓ Aumento do custo regulatório
 - ✓ Fragmentação normativa
 - ✓ Conflito interpretativo
 - ✓ Insegurança Jurídica
 - ✓ Leis esparsas municipais e estaduais já foram criadas, inclusive com previsão de autoridades setoriais.

- Artigo 22, Parágrafo Único, da Constituição Federal: Possibilidade de outros entes federativos legislarem sobre assuntos específicos dos temas de competência exclusiva da União, por meio de Lei Complementar



PREOCUPAÇÃO DO SETOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

PRECISAMOS DAS NOMEAÇÕES DA ANPD

- No artigo 55-D, §1º da LGPD, determina que os membros do Conselho Diretor, depois de nomeados pelo Presidente da República, deverão passar por aprovação do Senado Federal.
- O artigo 58-A da LGPD trata da formação do Conselho Consultivo, que apoiará o Conselho Diretor nas questões de sua Competência.
- Para que a competência prevista no inciso XVIII do artigo 55-J da LGPD seja possível, é necessário que se cumpra o determinado no §2º do mesmo artigo, que determina que as normas e regulamentos editadas pela ANPD deverão ser precedidos de consulta e audiências públicas, bem como de análises de impacto regulatório. Existe também a possibilidade de não haver tempo hábil para esse procedimento.



OBRIGADO!



COALIZÃO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL
Representada pelo **Dr. Vitor Morais de Andrade**



vandrade@ltsa.com.br
direitodigital@ltsa.com.br



(11) 3512-8200