

Por Diego Martinez, Helder Felipe Fonseca Damasceno e Julia Miranda

***Nesse contexto a LGPD pretende criar uma cultura de respeito e integridade à privacidade dos dados pessoais***

Em virtude da covid-19, o Senado Federal aprovou, no início do mês de abril, o adiamento da entrada em vigor da lei [13.709/18](#), mais conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD, prevista para agosto deste ano. Esse adiamento ainda precisa ser aprovado na Câmara dos Deputados e requer sanção presidencial, mas, caso seja aprovada, a previsão é que a LGPD passe a vigorar em janeiro de 2021, com penalidades previstas para agosto de 2021.

Nos dias de hoje, é extremamente comum o compartilhamento e tratamento de dados e informações pessoais dos clientes e consumidores com as empresas, visto que na maioria dos casos esses dados são essenciais ao funcionamento do próprio negócio. Contudo, o que garante que as empresas não usufruam de dados fornecidos pelos clientes para benefício próprio? Como confiar que as empresas não estão cometendo alguma ilicitude em nome do cliente ou que não estão utilizando tais informações para fins distintos do que foram acordados ou autorizados pelos clientes e consumidores?

[Leia aqui na íntegra.](#)

**Fonte:** Migalhas, em 30.04.2020