



O USO INDEVIDO DA IMAGEM DO TRABALHADOR COM VISTAS À PUBLICIDADE DA EMPRESA E SUAS REPERCUSSÕES JUS TRABALHISTAS

The misuse of the worker's image with a view to the company's advertising and its repercussions on labor

Ellyson Wilker Silva Soares de Almeida

Pós-graduado em Legislação e Práticas Trabalhistas. Faipe. Faculdade Garça Branca Pantanal.

Fabiana Sampaio

Mestranda em Direito pela UNOESC/SC e Coordenadora de Pós-graduação. Faipe. Faculdade Garça Branca Pantanal.

Alessandro Meyer da Fonseca

Especialista em Direito. Faipe. Faculdade Garça Branca Pantanal.

Nello Augusto dos Santos Nocchi

Mestre em Direito. Faipe. Faculdade Garça Branca Pantanal.

Oscemario Forte Daltro

Mestre em Educação. Faipe. Faculdade Garça Branca Pantanal.

Elyria Bianchi

Mestre em Educação Faipe. Faculdade Garça Branca Pantanal.

Evandro Luiz Echeverria

Mestre. Faipe. Faculdade Garça Branca Pantanal.

Darla Martins Vargas

Mestre em Direito. Faipe. Faculdade Garça Branca Pantanal.

252

RESUMO

Objetiva-se abordar sobre as decorrências na esfera jus trabalhista do uso da imagem dos empregados na publicidade visual da pessoa jurídica empregadora. Trata-se de um tema atual e oportuno; elaborado por meio de revisão de literatura, de natureza qualitativa e abordagem dedutiva. Evidencia-se que o Direito assegura aos indivíduos o direito à própria imagem; a lei proíbe a divulgação não autorizada por qualquer meio, e reprime a infração como atentado à privacidade, sujeitando o exibidor à reparar o dano, seja material ou moral; e possível suspensão/apreensão do material publicitário, e à efeitos penais. Fica o alerta aos empregadores da necessidade imperativa de autorização prévia para uso da imagem do trabalhador.

Palavras-chave: Direito de Imagem. Direito Trabalhista. Marketing empresarial. Uso indevido da imagem.





ABSTRACT

The objective is to address the consequences in the labor law sphere of the use of the employees' image in the visual advertising of the employing legal entity. It is a current and timely topic; elaborated through literature review, of qualitative nature and deductive approach. It is evident that the Law guarantees individuals the right to their own image; the law prohibits unauthorized disclosure by any means, and suppresses the offense as an attempt on privacy, subjecting the exhibitor to repairing the damage, whether material or moral; and possible suspension / seizure of advertising material, and criminal effects. It is an alert to employers of the imperative need for prior authorization to use the image of the worker.

Keywords: Image Rights. Labor law. Business marketing. Misuse of the image.

INTRODUÇÃO

É evidente a relevância da publicidade como um componente do marketing, que no âmbito empresarial é constantemente empregado. Nesse contexto, nota-se que na atualidade, o direito à imagem vem exibindo uma intensa penetração no cotidiano dos indivíduos, em decorrência sobretudo da mídia (NOVO, 2019). O aprimoramento dos meios de comunicação e a frequente associação da imagem de pessoas para fins publicitários; são os "culpados" pela exploração da imagem, o que vêm gerando uma verdadeira "enxurrada" ações judiciais pelo seu uso incorreto.

A imagem é um direito consagrado e protegido pela Constituição Federal da República e pelo Código Civil como sendo um direito de personalidade autônomo, se trata da projeção da personalidade física da pessoa; sendo que, o seu uso deve, inexoravelmente, ser precedido por autorização formal (MELO, 2007). Entretanto, verifica-se um número expressivo de casos em que, almejando o crescimento de seus negócios, o empregador se utiliza da imagem do seu empregado tendo em vista a produção de algum tipo de material publicitário (JUBILUT, 2015).

O presente artigo tem como objetivo abordar sobre as decorrências na esfera jus trabalhista da utilização da imagem dos empregados na publicidade visual da pessoa jurídica empregadora. O estudo justifica-se, por tratar de um tema bastante atual e oportuno; visto que, a proteção do sujeito de direito é de fundamental importância; e os problemas decorrentes da frequente invasão dos direitos da personalidade têm ganho um amplo destaque devido ao aperfeiçoamento dos meios de comunicação, seja pelas mídias escritas, televisivas ou eletrônicas.

Tomou-se como técnica de pesquisa, a revisão de literatura, que segundo Brasileiro (2013) se vale de publicações em livros, artigos científicos, reportagens e disposições legais;



não atendo-se à coleta de dados *in natura*, porém não se configurando como mera reprodução de ideias. Trata-se de um estudo de natureza qualitativa, com abordagem dedutiva, pois conforme o autor, parte-se de princípios aceitos como verdadeiros, para se constituir relações com uma segunda proposição para, a partir de raciocínio lógico, chegar à conclusão daquilo que propõe.

DESENVOLVIMENTO

O USO DA IMAGEM DO TRABALHADOR PELAS EMPRESAS

A globalização e o avanço tecnológico, tem aumentado exponencialmente a competitividade entre as empresas. Visando atingir maior capacidade de sobreviver no mercado, o marketing, seja pelas mídias escritas, televisivas ou eletrônicas; tem sido cada vez mais usado com intuito de divulgar produtos e serviços (MELO, 2007). As iniciativas mais comuns, são a construção de páginas na internet, confecção de folders, catálogos comemorativos, embalagens, propagandas em periódicos etc.

Diante dessa dinâmica vivenciada pela sociedade do consumo, de nada adianta ser uma grande empresa, com amplos investimentos, produtos bons, ótimas instalações e tecnologia de ponta, se o consumidor não tiver conhecimento de tais atributos, e sua qualidade. A vinculação publicitária de trabalhadores a produtos ou empresas nos mais variados ramos de mercado, representa um estímulo ao consumo, e, atribui um significativo valor econômico à imagem (GAMA, 2014).

Nesse sentido, vale lembrar que:

O uso da imagem das pessoas é recurso inerente ao mundo dos negócios, não somente com intuito meramente publicitário, como também instrumento de divulgação interna das corporações, promoção de um bom clima organizacional, reconhecimento de conquistas, como fator motivacional, simples confraternização entre meios de determinada equipe, enfim, na busca da humanização das relações empresariais (REZENDE, 2009, p. 1).

No ordenamento jurídico brasileiro, a imagem de um sujeito, é tratada com um direito da personalidade, sendo constitucionalmente protegido. De acordo com Correa (2007) o direito de imagem vem cada vez mais, despertando interesse no âmbito das relações de trabalho, em razão da otimização da tecnologia, e da ampla necessidade em ganhar destaque no mercado; tornando-se fonte de preocupação, e objeto de estudo, tendo em vista limitar a sua exploração e o seu uso indevido.

Rezende (2009) relata que, por meio do setor de marketing ou de publicidade, ou outro departamento corporativo, as empresas se esquecem que, assim como a propriedade material



tangível, a imagem da pessoa, seja sua face ou qualquer parte do corpo que possa identificá-la, também expõe um arcabouço jurídico protetivo, assegurando sua tutela personalíssima; sendo que aquele que, sem autorização ou de forma indevida, expôs tal imagem; pode ter cometido uma conduta ilícita.

DIREITOS DE PERSONALIDADE: CONCEITOS DOUTRINÁRIOS

A expressão "personalidade" é definida no Vocabulário Jurídico, como sendo:

Do latim 'personalitas', de persona (pessoa), quer, propriamente, significar o conjunto de elementos, que se mostram próprios ou inerentes à pessoa, formando ou constituindo um indivíduo que, em tudo, morfológica, fisiológica e psicologicamente se diferencia de qualquer outro (SILVA, 2010, p. 360).

No entanto, a designação conceitual doutrinária dos direitos de personalidade, não é unânime. Gagliano e Pamplona Filho (2006, p. 135) conceituam os direitos da personalidade como aqueles "que têm por objeto os atributos físicos, psíquicos e morais da pessoa em si e em suas projeções sociais". Na visão de Tindou (2015) a personalidade diz respeito à capacidade geral que tem os indivíduos de contraírem obrigações e serem titulares de direito, tanto pessoas naturais quanto jurídicas.

Na concepção de Nehemias Domingos de Melo, os direitos de personalidade,

[...] são aqueles que protegem a vida, a integridade corporal, a liberdade, a honra, o decoro, a intimidade, os sentimentos afetivos, a imagem, o nome, a capacidade, o estado de família, dentre outros, de tal sorte que sua proteção se impõe [...] (MELO, 2007, p. 78).

Uma outra definição dos direitos de personalidade, é descrita por Beltrão (2005, p. 25), como sendo uma "categoria especial de direitos subjetivos que, fundada na dignidade da pessoa humana, garantem o gozo e o respeito ao seu próprio ser, em todas as suas manifestações espirituais ou físicas", deste modo, explicando que se referem a direitos fundamentais, que contemplam um mínimo necessário e imprescindível da personalidade humana.

De qualquer modo que se compreenda os direitos de personalidade, Lima (2012) lembra que se trata de uma classe de direitos com o fito principal à dignidade da pessoa humana, que abrange o direito à vida e à integridade física, psíquica e moral, à intimidade, à honra, à vida privada, à liberdade, à imagem, ao nome, e outros. Para a autora, ao considerá-los como atributos essenciais do ser humano, verifica-se que emanam características, que os distinguem dos demais direitos.



CARACTERÍSTICAS DOS DIREITOS DE PERSONALIDADE

A doutrina traz diversas características ou atributos inerentes aos direitos de personalidade, e as enumera com base o disposto no Código Civil (CC). Contudo, de acordo com Luiz Eduardo Gunther (2008); em seu Art. 11, o citado dispositivo, elenca apenas duas características dos direitos de personalidade, sendo elas: a intransmissibilidade e a irrenunciabilidade. Acerca disso, Beltrão (2005) esclarece que tais direitos são descritos, como intransmissíveis e irrenunciáveis, uma vez que não é possível que sejam adquiridos por outra pessoa.

Nesse contexto, Tindou (2015, p. 1), afirma que os direitos de personalidade,

[...] traz consigo uma série de regras e características que são constantemente lembradas quando se trata da imagem do titular do direito, sendo um direito indisponível, absoluto, geral, extrapatrimonial, imprescritível, impenhorável e vitalício. Tais características podem ser observadas quando tratamos da imagem do ser humano, devido ao valor e a importância que é estipulada à imagem-atributo e à imagem-retrato de uma pessoa física.

Beltrão (2005, p. 27) vê o caráter intransmissível, como a impossibilidade de ser "objeto de cessão e até mesmo de sucessão, por ser um direito que expressa a personalidade da própria pessoa do seu titular e que impede a sua aquisição por um terceiro por via da transmissão". Gagliano e Pamplona Filho (2006) optam pelo termo "indisponibilidade" para tais direitos, ao mencionarem a intransmissibilidade e a irrenunciabilidade; pois defendem a aceção de indisponibilidade como sendo a impossibilidade de mudança do titular do direito, mesmo por vontade própria.

A intransmissibilidade, segundo expõe Lima (2012), denota que os direitos de personalidade não podem ser cedidos intervivos, a título gratuito ou oneroso em face da sua própria natureza. Por outro lado, a mencionada autora esclarece que irrenunciabilidade, indica que os indivíduos não podem simplesmente "abrir mão", e recusar os seus direitos de personalidade por vontade própria. No entanto, isso não impede que seja exercido de modo restrito, não representando a sua renúncia ou perda, visto que a qualquer momento, pode ser restabelecido.

Sobre a relevância dos direitos de personalidade, Gagliano e Pamplona Filho (2006) expõem que estes se extinguem com o desaparecimento do indivíduo, isto é, com sua morte. Porém, vale lembrar que alguns deles que são projetados além da morte, como o direito ao corpo morto, o cadáver, assim como a honra da pessoa. Nesse sentido, Beltrão (2005) descreve que os direitos de personalidade também são pessoais, ou seja, são absolutos, e



apresentam o caráter de extrapatrimonial.

[...] em face do seu caráter *erga omnes* em que a sua atuação se faz em toda e qualquer direção, sem a necessidade de uma relação jurídica direta para se respeitar este direito. Indiretamente, há uma obrigação negativa, em que todas as pessoas devem respeitar a personalidade do titular do direito (BELTRÃO, 2005, p. 28).

Em relação ao caráter absoluto, Gagliano e Pamplona Filho (2006, 149) citam que, "se materializa na sua oponibilidade *erga omnes*, irradiando efeitos em todos os campos e impondo à coletividade o dever de respeitá-los". Lima (2012) ilustra que os atributos dados pela doutrina à tais direitos, os contempla como direitos originários ou inatos, gerais, absolutos, vitalícios e necessários, inalienáveis, imprescritíveis, impenhoráveis, oponíveis *erga omnes*, extrapatrimoniais e irrenunciáveis.

O DIREITO À IMAGEM

Historicamente, o direito à imagem é um direito novo, que surgiu e vêm se desenvolvendo na sociedade capitalista. Desde o invento da imprensa, passando pelo surgimento da televisão, chegando ao computador pessoal e o advento da internet que hoje "comanda" a vida dos indivíduos, a imagem passou a ser explorada com frequência (CORREA, 2007). A imagem é, portanto, a representação do indivíduo, bem como o conjunto dos caracteres vistos pelo ser alheio (MELO, 2007).

Ao se manifestar sobre o direito à imagem, Bittar (2008, p. 94) afirma:

Consiste no direito que a pessoa tem sobre a sua forma plástica e respectivos componentes, distintos (rosto, olhos, perfil, busto) que a individualizam no seio da coletividade. Incide, pois, sobre a conformação física da pessoa, compreendendo esse direito um conjunto de caracteres que a identifica no meio social. Por outras palavras, é o vínculo que une uma pessoa à sua expressão externa, tomada no conjunto, ou em parte significativas (como boca, os olhos, as pernas, enquanto individualizadores da pessoa).

Correa (2007) reconhece que a associação entre uma "boa imagem" e o consumismo, é notória. Na atual sociedade de consumo capitalista, a exploração comercial da imagem encontrou um terreno bastante fértil. Nesse sentido, o autor frisa que o direito de imagem tende a ganhar cada vez mais relevância; visto que a imagem tem um papel de destaque na vida em sociedade e no campo do Direito, não restrita apenas à figura ou caractere, mas às características comportamentais.

Portanto, seu titular não pode privar-se da sua imagem, mas pode se dispor para proveito econômico. Isso gera consequências jurídicas, pois o uso da imagem alheia sem o



aval do interessado, ou além dos limites do que foi autorizado, viola o direito à imagem (CORREA, 2007). A proteção do direito à imagem "é aquela que pode ser reproduzida através de representações plásticas, compreendendo o direito que tem a pessoa de proibir a divulgação de seu retrato" (BELTRÃO, 2015, p. 123).

Embora seja um direito de personalidade, protegido constitucionalmente, sua cessão é permitida mediante contrato, oneroso ou não, com o intento de divulgar as suas imagens para fins comerciais. O consentimento para a divulgação da imagem, é o ponto mais polêmico, por tratar-se de um limite do direito à imagem; uma vez que há a probabilidade de ser tácito ou expresso, visto que inexistente especificação acerca do tipo de consentimento no ordenamento jurídico pátrio (LIMA, 2012).

Tindou (2015) pontua que tal direito exibe um aspecto moral e um material. O moral advém do direito que o sujeito tem, em se opor a expor a sua imagem; o elemento material surge na possível exploração econômica de sua imagem, na medida e nos limites que o direito confere ao titular, e nos casos em que a violação do direito à imagem admitir indenização pecuniária. Assim, mesmo sendo um direito de caráter extrapatrimonial, apresenta reflexos patrimoniais e econômicos.

Face ao exposto, ao delinear um breve paralelo entre direito à imagem e personalidade, Bittar (2008, p. 91) assevera que "o direito à imagem se reveste de todas as características comuns aos direitos da personalidade", deste modo, dando atenção especial à disponibilidade. Nesse sentido, de acordo com o autor, "não há dúvida da disponibilidade do direito e afirma que essa circunstância faz com que o titular da imagem possa extrair dela proveito econômico".

258

VIOLAÇÃO À IMAGEM DO TRABALHADOR

A imagem do trabalhador é um direito fundamental, estando entre os direitos da personalidade. Trata-se de um direito amplo, visto que abarca certos aspectos de cunho íntimo do indivíduo diante de si mesmo e, independe de qualquer relação com terceiros (LIMA, 2012). Por isso, torna-se de vital importância a ação protetiva do Direito do Trabalho, evitando que injustiças sejam perpetradas pela força do capital sobre o trabalhador. Assim, a proteção jurídica à imagem é crucial, pois defende simultaneamente os componentes da personalidade e o patrimônio (GAMA, 2014).

Revestindo-se ao âmbito laboral, vale frisar que,

[...] a exposição indevida da imagem que ocorre em sede trabalhista, ou seja, a que praticada ou permitida pelo empregador, há de ser



considerada mais grave do que a cometida em outras situações, pois traduz abuso ou descaso reprovável diante da inferioridade econômica do trabalhador e da pressão pela manutenção do emprego, podendo mesmo, em determinados casos, pender para ato de desumanidade (GAMA, 2014, p. 1).

Deste modo, a conduta abusiva por parte do empregador, contrariando o dispositivo constitucional, em seu Art. 5º inc. X, ao violar a imagem do empregado, ofende o sentimento de autoconfiança, de autovalia do mesmo, assim ensejando a possibilidade de reparação (REZENDE, 2009). Assim, mesmo que a utilização da imagem não seja danosa ao trabalhador, como a vinculação deste pela empresa com fins publicitários, deve ser previamente autorizada pelo mesmo (GAMA, 2014).

O citado texto é claro ao assegurar o uso da imagem, como direito individual fundamental e a indenização por dano moral e material por parte dos que a infringirem (GAMA, 2014). No Processo nº 00362-2003-013-02-00-7 (JUSBRASIL, 2009), analisado pelo Tribunal Regional do Trabalho (TRT) da 2ª Região, o empregador foi sentenciado a pagar R\$ 5 mil reais, por expor a imagem de um empregado sem consentimento expresso, por fotografias e filmes de campanha de reciclagem de lixo.

Empregado tem direito a indenização, por uso de sua imagem, sem autorização - A utilização de fotografias de trabalhador em manuais e sites da empresa sem a autorização para essa finalidade, mesmo de forma cautelosa e com recato, enseja reparação tanto patrimonial como de dano moral.

Analisando recurso interposto por reclamante inconformada com decisão de 1ª Instância, a 11ª Turma do TRT-SP observou que o direito à imagem é direito integrante da personalidade. Como direito fundamental, também é protegido pelo contrato de trabalho.

O Relator, Desembargador Carlos Francisco Berardo, após constatar a materialidade do fato, ou seja, utilização da imagem da recorrente pela ex-empregadora, consignou que a Constituição Federal estabeleceu que a imagem da pessoa é inviolável, assegurando o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação (art. 5º, inciso X).

O Desembargador-Relator asseverou, assim, que “o direito à própria imagem, sem desvestir-se do caráter de exclusividade que lhe é inerente como direito da personalidade, mas em função da multiplicidade de formas como pode ser molestado nos seus múltiplos aspectos, pode merecer proteção autônoma contra a simples utilização não consentida da simples imagem, como igualmente pode encontrar-se atrelada a outros valores, como a reputação ou honorabilidade do retratado”.



Na análise dos elementos trazidos ao processo foi verificada, também, a tentativa de se obter o consentimento depois da rescisão do contrato, afastando possível autorização tácita.

Para arbitrar o valor da condenação, o Desembargador-Relator Carlos Francisco Berardo ponderou que o objetivo da indenização é “defender os valores essenciais à preservação da personalidade humana e do convívio social, atribuindo à vítima algum tipo de compensação, bem como lhe devolvendo, na medida do possível, sua integridade física, psicológica e emocional”.

Observou, também, que o valor não pode “ser tão alto a ponto de acarretar enriquecimento sem causa do autor ou de arruinar financeiramente o réu e nem pode ser tão baixo a ponto de não apenar o réu permitindo que ele reitere a ofensa praticada ou não repare o dano sofrido pelo autor”.

Acerca disso, Tindou (2015) afirma que a Justiça do Trabalho passou a analisar diversos litígios dessa natureza, condenando a empresa quando não existe comprovação de que houve autorização prévia do trabalhador para que sua imagem fosse divulgada. Para o autor, a única diferença está no fato de que, alguns juízes entendem que a autorização deva ser expressa, isto é, por escrito; enquanto para outros, pode ser tácita, ou seja, indiretamente por ações que ensejem aprovação.

Frente ao exposto, Pereira (2006) evidencia que é plenamente possível a realização de ações de marketing pelas empresas, utilizando-se da imagem de seus empregados. No entanto, como demonstrado, deve-se respeitar o direito de imagem, a honra, a privacidade e intimidade destes, tendo a cautela de obter sua autorização prévia e, preferencialmente, por escrito, visto que tal requisito é exigido por alguns juízes, pois a anuência tácita nem sempre é de fácil comprovação.

REPERCUSSÕES JUS TRABALHISTAS DO USO INDEVIDO DA IMAGEM

No que tange o direito à imagem, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) nada trouxe expresso com relação a sua proteção, cabendo ao direito comum dirimir possíveis litígios. Assim, como mencionado, o CC, pode atuar no âmbito trabalhista, nos casos em que a lei trabalhista for omissa, desde que compatível aos princípios fundamentais do Direito do Trabalho. Nesse sentido, tamanha é a importância do direito à imagem que, buscou-se regulamentar e aprofundar os seus mecanismos de proteção, por meio de seu Art. 20, *in verbis*:

Art. 20 - **Salvo se autorizadas**, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, **a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu**



requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou respeitabilidade, ou **se destinarem a fins comerciais** (BRASIL, 2002 - grifo meu).

Observa-se que estatuto civil se preocupa com a divulgação da imagem com relação a danos à honra ou ao destino comercial. Não obstante, deve-se considerar no caso em que o agente se recuse a divulgar sua imagem sob qualquer fundamento, seja respeitado o interesse público nessa divulgação. Nesse sentido, deve-se observar também que, antes da divulgação ocorre a captação da imagem, que por si própria pode não ser de interesse do agente e; frente a isso, caracterizar ato ilícito, embora não citada no Art. 20 (NOVO, 2019).

Pereira (2006) salienta, que a imagem pode ser violada de duas maneiras: por agressão ao patrimônio moral do indivíduo, como no caso em que o empregador divulga a terceiros uma conduta que desabone o empregado, ou, pela divulgação não autorizada da imagem. Nesta seara, Araújo (2017), cita que a norma em pauta ao conceituar o ato ilícito em sentido amplo, implicitamente, reafirma a possibilidade de indenização exclusivamente moral, afirmando categoricamente pelo uso indevido da imagem, acarretando a correspondente responsabilidade civil:

Assim, como previsão reparatória genérica dispõe em seu Art. 186:

Art. 186 - Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito (BRASIL, 2002).

Além da violação de cunho moral, a exposição indevida do trabalhador pode violar conteúdo patrimonial, seja por enriquecimento ilícito da empresa que, se aproveitou economicamente das imagens, ou porque, ao ser submetido à divulgação publicitária, este exerceu função diversa da qual foi contratado (PEREIRA, 2006). As consequências decorrentes da conduta ilícita, encontram-se definidas de forma explícita, também no CC, em seu Art. 927, o qual prevê: "Aquele que, por ato ilícito (Arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo" (BRASIL, 2002).

Em suma, vale salientar que;

[...] a ofensa moral praticada pela exposição indevida da imagem em sede trabalhista, praticada ou permitida pelo empregador, é de ser considerada mais grave do que se cometida em outras situações, pois traduz abuso ou descaso reprovável, diante da inferioridade econômica do trabalhador e da pressão pela manutenção do emprego, podendo mesmo, em determinados casos, pendendo para ato de desumanidade, o que deve, também, ser considerado, na e para a fixação da indenização (PEREIRA, 2006, p. 1).

De acordo com Rezende (2009), a proteção da imagem é conquista do direito moderno,



por consequência natural da evolução técnica. O direito assegura aos indivíduos o direito à própria imagem; e a legislação proíbe sua divulgação por qualquer meio, e reprime a infração como atentado à privacidade. Para o autor, a divulgação não autorizada da imagem, sujeita o exibidor à reparação do dano, seja material ou moral. Outra consequência é a possível suspensão ou apreensão de todo o material publicitário exibido, e sujeitar o respectivo exibidor à efeitos penais.

Diante disso, Gunther (2008) destaca que, nestes casos, além de pleitear o pagamento da devida indenização pelo dano à imagem por parte do empregador, ao sentir-se lesado, o trabalhador poderá requerer sua rescisão contratual a título de "Rescisão Indireta"; a qual se refere a uma modalidade de rescisão caracterizada por falta grave cometida pelo empregador em face do funcionário; onde as verbas serão devidas na mesma proporção de uma demissão sem justa causa por parte do empregador; com base no Art. 483 da CLT.

Diante do cenário brasileiro, Biehl (2003) adverte sobre a necessidade em se mitigar a relação contratual abarcada na CLT, haja vista suas particularidades e regulamentações, subsidiando-se na Constituição Federal, Código Civil e na própria CLT. Frente à crescente exploração do uso indevido da imagem do empregado na obtenção de lucros, é cogente a elaboração de dispositivos legais a integrar a CLT, abrangendo o direito de imagem nas relações de trabalho, pois o hipossuficiente na relação é o trabalhador, e trazendo isonomia entre os julgados (ARAÚJO, 2017).

Frente ao exposto, Jubilut (2015) corrobora que no ordenamento jurídico brasileiro, ainda há muito a se implementar em termos de doutrina, legislação, e, aprofundamento da jurisprudência; pois a expansão das tecnologias vem avançando sobre o direito à intimidade e outros direitos da personalidade humana. Nessa perspectiva, Araújo (2017) argumenta que é dever do Congresso Nacional, buscar acessibilidade e resolubilidade às problemáticas sociais, elaborando leis que sanem as divergências existentes, sobretudo no âmbito trabalhista.

CONTRATO DE TRABALHO E A LICENÇA DE USO DE IMAGEM

Nesta seara, Pereira (2006) evidencia que vários juristas entendem que, se o empregador deseja publicidade de seu empreendimento ou produto, e que alguém faça figuração em tal exposição, teria que contratar um "modelo"; obrigando-se a arcar com tais custos. Assim, o posicionamento mais lógico é que, o empregador, ao utilizar-se da imagem de seu empregado, deva fornecer meios para que se possa viabilizar uma contraprestação pecuniária correspondente, assim, não ficando o trabalhador prejudicado, bem como o



empregador desprotegido legalmente.

No tocante à disponibilidade do direito de imagem, como antes mencionado, Bittar (2008) lembra que os contratos de licença de uso de imagem devem ser interpretados de forma restritiva e exibir condições detalhadas que especifiquem exatamente o que está sendo autorizado e o que se reserva à esfera pessoal e indisponível de seu titular, em razão de tratar-se de direito personalíssimo. Araújo (2017) alerta que o uso da expressa cessão de direito de imagem, tão comum na mídia, é equivocado, sendo recomendável o emprego do termo licença de uso.

Sobre isso, Biehl (2003, p. 5) assevera:

Por ora dizemos apenas que na licença ocorre simplesmente a concessão do exercício do direito de exploração, enquanto direito propriamente dito permanece nas mãos de seu titular, que não pretendeu dispor do mesmo. É isto que permite distinguir a licença da cessão: através da cessão ocorre o abandono, em todo ou em parte, do próprio direito privativo; na licença existe a simples concessão do exercício do direito e dela resulta que o titular do registro conserva para si, em princípio, o direito de exploração.

Nesse sentido, Biehl (2003) lembra que a licença de uso da imagem pode ser objeto de contrato entre pessoas físicas ou jurídicas. Assim, nada impede, que pessoas jurídicas representem a pessoa física, comercializando a licença de uso da imagem. Porém, o sujeito do contrato, não altera sua natureza jurídica, que é civil, firmada livremente pelos interessados. Em acordo, as partes dispõem sobre os tipos e meios de divulgação consentida, limites à quantidade de divulgação e tempo de exposição da imagem, bem como a exclusividade ou não da referida licença.

Amparada no Art. 444 da CLT, a teoria contratualista, expõe a liberdade de elaboração das cláusulas do contrato, salvo ofensa à lei ou convenções anteriores:

Art. 444 - As relações contratuais de trabalho podem ser objeto de livre estipulação das partes interessadas em tudo quanto não contravenha às disposições de proteção ao trabalho, aos contratos coletivos que lhes sejam aplicáveis e às decisões das autoridades competentes (BRASIL, 2017).

Ainda, o Art. 468, da citada norma, condiciona as alterações do contrato ao consentimento das partes, sob pena de nulidade, conforme observa-se:

Art. 468 - Nos contratos individuais de trabalho só é lícita a alteração das respectivas condições por mútuo consentimento, e ainda assim desde que não resultem, direta ou indiretamente, prejuízos ao empregado, sob pena de nulidade da cláusula infringente desta garantia (BRASIL, 2017).



Diante disso, Biehl (2003) afirma que os contratos de trabalho e de licença de uso de imagem são absolutamente independentes, e totalmente desvinculados: o primeiro, tem natureza de relação de emprego, ligado à existência dos quesitos do Art. 3º da CLT, envolvendo a força de trabalho do empregado; o segundo, natureza civil, e dispõe sobre o uso da imagem do trabalhador por seu empregador. Um impõe condições de trabalho, como remuneração, duração do contrato, obrigações disciplinares; o outro, os limites e consequências do uso da imagem do trabalhador.

Assim sendo, como antes mencionado, para que se faça uso da imagem de determinada pessoa, é necessário que se tenha a autorização expressa dela, para tal fim. Nesse sentido, Biehl (2003) esclarece que a licença de uso de imagem, é objeto do direito civil, e distinta do contrato de trabalho. Para tanto, adverte-se que a referida licença está sujeita a regulamentação, totalmente distinta da legislação trabalhista. Ressalta Melo (2007), que o trabalhador que sofrer dano moral devido ao uso indevido de sua imagem possui garantia constitucional de seus direitos.

Frente ao exposto, Lima (2012) enfatiza que há algum tempo os contratos de licença de uso de imagem vêm sendo empregados no âmbito trabalhista, por clubes de futebol visando resguardar a publicidade feita sobre seus atletas. Todavia, a autora reafirma, que tais contratos expõem um naturezas distintas, isto é, em primeiro momento, o atleta é visto como um trabalhador comum, empregado de um clube submetido a um contrato de trabalho; e, em segundo momento, ele é uma figura civil, o qual firmou um contrato de licença de uso de sua imagem.

Em suma, Gama (2014) expõe que em razão de que, no Brasil, na relação laboral o empregado é a parte hipossuficiente, se faz necessário a existência de uma maior fiscalização para que deste modo se evite maiores danos aos trabalhadores no que se relaciona ao presente tema. Portanto é inquestionável e indubitável que o uso indevido da imagem do trabalhador pelo empregador, com vistas à publicidade da empresa ou produto, merece ressarcimento, visto que a justiça do trabalho não pode permitir o enriquecimento ilícito do empregador.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O uso de imagens do trabalhador, por seu empregador deve, ter autorização prévia expressa, sob pena dessa indesejável exposição pública violar seu direito de imagem, sua honra, sua privacidade e intimidade, assegurados no Art. 5º, V e X, da Constituição Federal. Diante disso, o desrespeito ao texto constitucional e, aos ditames do Art. 20 do CC,



certamente, abrirá a possibilidade de uma eventual demanda de cunho trabalhista por parte do empregado. Nesse sentido, é indiscutível a competência da Justiça do Trabalho, envolvendo plenamente a responsabilização civil do empregador.

Além da violação de cunho moral, a exposição indevida do funcionário poderá violar conteúdo patrimonial, gerando indenização por danos materiais e morais. Isto porque houve enriquecimento ilícito por parte do empregador que, aproveitou-se economicamente das imagens divulgadas, assim como porque, quando submetido à divulgação publicitária, o trabalhador exerceu função distinta daquela ao qual foi contratado. Há magistrados, que entendem que o dano material deve incluir aquilo que o empregado perdeu e deixou de ganhar. Fica o alerta aos empregadores da necessidade imperativa de autorização prévia para uso da imagem do trabalhador.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Camila Jarahy. **Direito à Imagem do Empregado**. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*. São Paulo, v. 2, n. 2, p. 64-85, nov. 2017. Disponível em: <<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/lei/imagem-do-empregado>>. Acesso em: 13 Mar. 2020.

BELTRÃO, Silvio Romero. **Direitos de personalidade**: de acordo com o novo código civil. São Paulo: Atlas, 2005.

BIEHL, Luciano Kellermann Livi. O direito de imagem como forma alternativa de remuneração dos empregados nas empresas. *ConTexto*, Porto Alegre, v. 3, n. 5, 2003. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/ConTexto/article/viewFile/11677/6858>>. Acesso em: 14 mar. 2020.

BITTAR, Carlos Alberto. **Os direitos da personalidade**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

BRASIL. **Lei nº 10406 de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, jan. 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm>. Acesso em: 12 mar. 2020.

BRASIL. **Lei nº 13.467, de 13 de julho de 2017**. Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e as Leis nº 6.019, de 3 de janeiro de 1974, 8.036, de 11 de maio de 1990, e 8.212, de 24 de julho de 1991, a fim de adequar a legislação às novas relações de trabalho. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Lei/L13467.htm>. Acesso em: 12 mar. 2020.

BRASILEIRO, Ada Magaly Matias. **Manual de produção de textos acadêmicos e científicos**. São Paulo: Atlas, 2013, 47 p.

CORREA, Rui César Publio Borges. **Direito de proteção à imagem nas relações de trabalho**. 2007, 172 p. Tese (Doutorado em Direito). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo, 2007.



GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 135. v. I.

GAMA, Tiago Rodrigues Leão de Carvalho. **Danos materiais pela utilização da imagem do obreiro pelo empregador na publicidade**. São Paulo: Conteúdo Jurídico, nov. 2014. Disponível em: <<https://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/41967/danos-materiais-pela-utilizacao-da-imagem-do-obreiro-pelo-empregador-na-publicidade>>. Acesso em: 13 mar. 2020.

GUNTHER, Luiz Eduardo. Os direitos da personalidade e suas repercussões na atividade empresarial. In: GUNTHER, Luiz Eduardo (Coord). **Tutela dos direitos da personalidade na atividade empresarial**. Curitiba: Juruá, 2008.

JUBILUT, Leonardo Collesi Lyra. **Uso da imagem do empregado e suas repercussões no contrato de trabalho**. Ribeirão Preto: Portal Migalhas, mar. 2015. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/217000/uso-da-imagem-do-empregado-e-suas-repercussoes-no-contrato-de-trabalho>>. Acesso em: 11 mar. 2020.

JUSBRASIL. **TRT-SP**: proteção do direito de imagem no contrato de trabalho. Processo nº 00362-2003-013-02-00-7, analisado pelo Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região, em 28/04/2009. Disponível em: <<http://trt-02.jusbrasil.com.br/noticias/1029265/trt-sp-protacao-do-direito-de-imagem-no-contrato-de-trabalho>>. Acesso em: 14 mar. 2020.

LIMA, Maria da Glória Malta Rodrigues Neiva de. O direito de imagem e de arena do jogador de futebol no ordenamento jurídico brasileiro. **Revista eletrônica [do] Tribunal Regional do Trabalho da 9ª Região**, Curitiba, v. 1, n. 12, p. 50-70, out. 2012.

MELO, Nehemias Domingos de. **Dano moral trabalhista**: doutrina e jurisprudência. São Paulo: Atlas, 2007.

NOVO, Benigno Núñez. **O direito de imagem**. São Paulo: Jus.com.br., mar. 2019. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/75081/o-direito-de-imagem>>. Acesso em: 12 mar. 2020.

PEREIRA, Vânia Aleixo. **Foto de funcionário só pode ser usada se houver autorização**. São Paulo: Conteúdo Jurídico, jul. 2006. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2006-jul-02/foto_funcionario_usada_autorizacao>. Acesso em: 10 mar. 2020.

REZENDE, Elcio Nacur. **A Súmula 403 do Superior Tribunal de Justiça e o uso indevido da imagem das pessoas naturais no ambiente virtual**. São Paulo: Jus.com.br, dez. 2009. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/13958/a-sumula-403-do-superior-tribunal-de-justica-e-o-uso-indevido-da-imagem-das-pessoas-naturais-no-ambiente-virtual>> Acesso em: 13 mar. 2020.

SILVA, De Plácido e. **Vocabulário Jurídico**. 28. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010. 1492 p.

TINDOU, Juliano Bezerra. O direito de imagem do empregado e suas repercussões no contrato de trabalho. Rio de Janeiro: Direito.Net, jul. 2015. Disponível em: <<https://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/9233/O-direito-de-imagem-do-empregado-e-suas-repercussoes-no-contrato-de-trabalho>>. Acesso em: 10 mar. 2020.