



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE DIREITO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

RENATO LUCAS QUEIROZ ARAUJO

**A EXPLORAÇÃO DA IMAGEM DO EMPREGADO NA PUBLICIDADE DIGITAL
DA ENTIDADE EMPREGADORA: IMPACTOS E PERSPECTIVAS FUTURAS PARA
O ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO**

FORTALEZA

2025

RENATO LUCAS QUEIROZ ARAUJO

A EXPLORAÇÃO DA IMAGEM DO EMPREGADO NA PUBLICIDADE DIGITAL DA
ENTIDADE EMPREGADORA: IMPACTOS E PERSPECTIVAS FUTURAS PARA O
ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Monografia submetida à coordenação do curso de Graduação em Direito da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Direito. Área de concentração: Direito do Trabalho. Direito Constitucional. Direito Civil.

Orientador: Prof. Dr. William Paiva Marques Júnior.

Fortaleza

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- A691e Araujo, Renato Lucas Queiroz.
 A exploração da imagem do empregado na publicidade digital da entidade empregadora:
 impactos e perspectivas futuras para o ordenamento jurídico brasileiro / Renato Lucas Queiroz
 Araujo. – 2025.
 110 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de
 Direito, Curso de Direito, Fortaleza, 2025.
 Orientação: Prof. Dr. William Paiva Marques Júnior.
1. direito à imagem. 2. relações de trabalho. 3. marketing digital. 4. compliance trabalhista. 5.
 consentimento. I. Título.

CDD 340

A EXPLORAÇÃO DA IMAGEM DO EMPREGADO NA PUBLICIDADE DIGITAL DA
ENTIDADE EMPREGADORA: IMPACTOS E PERSPECTIVAS FUTURAS PARA O
ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Monografia submetida à coordenação do curso de Graduação em Direito da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Direito. Área de concentração: Direito do Trabalho. Direito Constitucional. Direito Civil.

Aprovada em: 21/07/2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. William Paiva Marques Júnior (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Ma. Fernanda Claudia Araújo da Silva
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Mestranda Julie Pessoa Borges
Universidade Federal do Ceará (UFC)

À minha mãe que me ensinou o lado bom da justiça.

Ao meu pai que me ensinou que, infelizmente, nem sempre a justiça é justa.

À minha avó que me ensinou a justiça divina.

Ao meu irmão que me ensinou o lado sereno e inocente da justiça.

Ao meu namorado que com seus ideais tão belos me ensinou que amar também é um ato de justiça.

Às minhas melhores amigas que há mais de dez anos compartilham comigo as justiças e injustiças da vida.

Aos meus amigos da faculdade que, além de me ensinarem e me ajudarem a suportar essa caminhada, são aqueles com quem eu farei justiça!

AGRADECIMENTOS

A Deus e ao universo por todo o caminho trilhado até aqui, por cada peça colocada devidamente em seu lugar nessa grande engrenagem que é a vida, de modo que tudo, nos melhores e piores momentos, ocorreu como deveria ocorrer.

Aos meus pais, Kátia e Reginaldo, que sempre fizeram de tudo para que os filhos alcançassem voos maiores do que aqueles que eles próprios imaginavam, ensinando, desde o ventre de casa, que a perseverança, o amor e os estudos são objetos de grande valia e são aquilo que jamais poderão ser retirados de quem os detém. Obrigado pelo esforço, por sempre acreditarem em mim e por me ajudarem a chegar ao fim dessa etapa.

À minha avó materna, Mozarina, que, possuindo uma trajetória de muita luta e resiliência ao longo da vida, soube repassar seus ensinamentos aos seus descendentes e sempre fez além do que poderia para o bem-estar e sucesso dos netos. Sua força é maior do que tudo que já vi, que eu possa, portanto, um dia chegar aos pés do que senhora é.

Ao meu irmão, Arthur, que juntamente comigo, trilhou uma trajetória acadêmica bela e repleta de honrarias, me fazendo enxergar que o estudo sempre vai ser o melhor caminho para aqueles que desejam transformar a sua realidade e daqueles à sua volta.

À minha tia Helenoura e à minha avó paterna Helena, que sempre ajudaram a minha família nos momentos mais difíceis e estiveram ao nosso lado nos momentos mais felizes, mostrando que a família é uma instituição poderosa e capaz de enfrentar as maiores intempéries.

Ao meu namorado, Rubens, que sempre me incentivou e nem por um momento duvidou das minhas capacidades e do alcance dos meus feitos. Obrigado por todo o afeto e compreensão durante toda a minha jornada acadêmica, profissional e pessoal, seu apoio foi essencial para que eu pudesse concluir esse ciclo com sucesso. Seu entrelaço em minha vida foi, até hoje, e que é para todo o sempre, uma instância fundamental.

Às minhas melhores amigas, Bianca, Erica, Marjorie, Victoria e Samia, com que eu pude compartilhar os momentos mais importantes e íntimos da minha vida, bem como os mais dolorosos, sem preocupação quanto a reprovação, desamparo ou vergonha, uma vez que sempre regamos nossa amizade com ideais construtivos, com a aspiração pelas conquistas um dos outros e, acima de tudo, com muito amor. Vocês foram, da maneira de cada uma, o que eu precisava.

Aos meus amigos mais íntimos da faculdade, Cecilia, Gabriel, Gustavo, Levi, Emanuel, Mariana, Renan, Victoria e Wanderson, já que sem vocês eu não teria conseguido trilhar todo esse caminho e me transformado positivamente até este momento. Sentirei saudades dos nossos instantes juntos pelos corredores e salas da faculdade, bem como aqueles que foram criados fora dela, são memórias únicas as quais anseio por guardar e desfrutar com muito afeto em tempos futuros e longínquas da minha vida. Desejo votos de felicidade e continuidade à amizade que possuo com vocês, que possamos permanecer, para além desse ciclo que se encerra, presentes nas vidas uns dos outros.

Aos meus amigos Davi, Raul e Richarlison, fruto da minha vivência na faculdade e que se estendeu para além dela. Obrigado pelos inúmeros momentos que serviram de incentivo na faculdade ou como alternativa de alívio a esta e por me fazerem sentir confortável em uma sociedade que, por muitas vezes, deseja nos colocar em caixinhas.

Aos demais amigos que a faculdade de direito me proporcionou, vocês foram, da maneira única de cada um, essenciais em minha jornada, agregando a ela aquilo de mais belo e melhor que vocês poderiam me proporcionar. O entrelaçamento dessa caminhada com cadeiras, trabalhos, estágios e projetos de extensão me proporcionou conhecer pessoas ímpares como vocês.

Ao Prof^o. Dr^o. William Paiva Marques Júnior, pela excelente orientação e por ser um professor que, desde o primeiro contato, sempre se demonstrou uma pessoa acolhedora, extrovertida e com virtudes e princípios que muito admiro, foi uma honra para mim ser seu orientando e, falando por todos alunos que já passaram pelo senhor, é uma honra para a salamanca cearense tê-lo em seu quadro de docentes. Pessoas como o senhor são sempre lembradas e mais do que necessárias em ambientes acadêmicos como o nosso.

À Prof^a. Ma. Fernanda Claudia Araújo da Silva e a Mestranda Julie Pessoa Borges, por aceitarem fazer parte desta banca examinadora, bem como pelo tempo e pelas valiosas colaborações e sugestões a este trabalho.

À Faculdade de Direito e à Universidade Federal do Ceará, que foram minha casa durante esses cinco anos de graduação, começando nas aulas remotas no período da pandemia até o fim dessa trajetória tão bela, em que me proporcionou viver momentos únicos e conhecer pessoas especiais. Lembrarei para sempre e com muito carinho de tudo que pude desfrutar dessa academia.

RESUMO

Diante das transformações impostas pela digitalização das relações e pela participação cada vez mais pungente das mídias digitais no âmbito de influência dos indivíduos da sociedade, sobretudo nas relações laborais, este trabalho tem por objetivo analisar juridicamente a exploração da imagem do empregado em campanhas publicitárias veiculadas nas redes sociais pelas entidades empregadoras. A partir de uma abordagem qualitativa, com finalidade descritiva e explicativa, e metodologicamente sustentada em revisão bibliográfica e documental, a pesquisa investiga os limites do consentimento prestado diante da utilização da imagem do empregado em relações de subordinação, bem como os impactos dessa prática na dignidade do trabalhador. Para tanto, examina o direito à imagem como expressão dos direitos da personalidade e da dignidade humana, contextualizando-o historicamente e destacando seus fundamentos constitucionais e civis. Em seguida, aborda a aplicação subsidiária de normas como a Lei Geral de Proteção de Dados e o Código Civil frente à omissão da Consolidação das Leis Trabalhistas, além de explorar os mecanismos de responsabilização cível e trabalhista disponíveis diante da violação desse direito. O estudo também se volta para experiências normativas estrangeiras, como a legislação trabalhista do México, Portugal, Espanha e da União Europeia, propondo a criação de um marco legal específico no Brasil e a melhoria do sistema legal doméstico. Defende-se, ainda, o *compliance* trabalhista como instrumento preventivo e educativo, capaz de mitigar práticas abusivas e promover segurança jurídica nas relações laborais. Como resultado, a pesquisa conclui pela urgência de uma legislação própria que regule a utilização da imagem dos trabalhadores, garantindo consentimento livre e informado, justa contraprestação e equilíbrio nas relações contratuais. O trabalho busca, ainda, contribuir para o aprimoramento do arcabouço normativo e para a consolidação de um ambiente laboral mais ético, transparente e justo.

Palavras-chave: direito à imagem; relações de trabalho; marketing digital; consentimento; *compliance* trabalhista; direitos da personalidade.

RESUMEN

Frente a las transformaciones impuestas por la digitalización de las relaciones y la participación cada vez mayor de los medios digitales en la esfera de influencia de los individuos en la sociedad, especialmente en las relaciones laborales, el objetivo de este trabajo es analizar jurídicamente la explotación de la imagen del empleado en campañas publicitarias difundidas en las redes sociales por los empleadores. A partir de un abordaje cualitativo, con fines descriptivos y explicativos, y apoyado metodológicamente en una revisión bibliográfica y documental, la investigación indaga los límites del consentimiento prestado cuando la imagen del empleado es utilizada en relaciones de subordinación, así como los impactos de esta práctica en la dignidad de los trabajadores. Para ello, examina el derecho a la imagen como expresión de los derechos de la personalidad y de la dignidad humana, contextualizándolo históricamente y destacando sus fundamentos constitucionales y civiles. A continuación, aborda la aplicación subsidiaria de normas como la Ley General de Protección de Datos y el Código Civil ante la omisión de la Consolidación de las Leyes Laborales, además de explorar los mecanismos de responsabilidad civil y laboral disponibles ante la violación de este derecho. El estudio también examina experiencias normativas extranjeras, como la legislación laboral de México, Portugal, España y la Unión Europea, proponiendo la creación de un marco jurídico específico en Brasil y la mejora del ordenamiento jurídico interno. También defiende el compliance laboral como herramienta preventiva y educativa, capaz de mitigar prácticas abusivas y promover la seguridad jurídica en las relaciones laborales. Como resultado, la investigación concluye que es urgente una legislación específica que regule el uso de las imágenes de los trabajadores, garantizando el consentimiento libre e informado, la justa compensación y el equilibrio en las relaciones contractuales. El trabajo también pretende contribuir a mejorar el marco normativo y consolidar un entorno laboral más ético, transparente y justo.

Keywords: derecho a la imagen; relaciones laborales; marketing digital; consentimiento; conformidad laboral; derechos de la personalidad.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Seção de comentários do vídeo postado pelo perfil Tamara Agropecuária	47
Figura 2 – Seção de comentários do vídeo postado pelo perfil Moda Versátil Brasil	48
Figura 3 – Seção de comentários do vídeo postado pelo perfil Santa Inês Pneus	49
Figura 4 – Seção de comentários do vídeo postado pelo perfil Martins Supermercados ..	49

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CCB	Código Civil Brasileiro
CF	Constituição Federal
CLT	Consolidação das Leis Trabalhistas
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados Pessoal
ONU	Organização das Nações Unidas
RGPD	Regulamento Geral de Proteção de Dados
STF	Supremo Tribunal Federal
STJ	Supremo Tribunal de Justiça
TRT	Tribunal Regional do Trabalho
TST	Tribunal Superior do Trabalho

LISTA DE SÍMBOLOS

@	Arroba
%	Porcentagem
\$	Reais

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	OS DIREITOS DA PERSONALIDADE E O DIREITO À IMAGEM ENQUANTO EXPRESSÃO DA DIGNIDADE HUMANA	17
2.1	Direitos da personalidade: evolução, conceituação e demais aspectos gerais	18
2.2	O direito à imagem: natureza jurídica, violações e limites à sua disposição	24
2.3	Mecanismos de proteção e reparação à violação do direito de imagem	30
3	O DIREITO DE IMAGEM NA ESFERA TRABALHISTA	40
3.1	O uso da imagem do trabalhador como ferramenta de marketing digital nas redes sociais	40
3.2	A aplicação da legislação cível frente à lacuna no campo laboral	51
3.2.1	<i>A aplicabilidade da LGPD no âmbito do uso da imagem do trabalhador</i>	52
3.3	O consentimento e sua fragilidade no ambiente de subordinação laboral ..	57
3.4	A responsabilidade civil e a rescisão indireta do contrato de trabalho pela exploração indevida da imagem do empregado	64
4	INSTRUMENTOS PREVENTIVOS, EXPERIÊNCIAS LEGISLATIVAS E CAMINHOS PARA A REGULAÇÃO DA EXPLORAÇÃO DA IMAGEM DO EMPREGADO	74
4.1	<i>Compliance</i> laboral como medida institucional e mecanismo de tutela quanto às violações à imagem do empregado	74
4.2	Legislação doméstica e comparada que mais se aproximam de uma legislação específica à temática	81
4.3	A regulamentação normativa como mitigante da desarmonização nas relações de trabalho e estimulante da segurança jurídica	89
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	92
	REFERÊNCIAS	98

1. INTRODUÇÃO

A revolução digital, marcada pela massificação do uso das redes sociais, das plataformas de vídeo e da comunicação instantânea, alterou de maneira profunda as dinâmicas sociais, inclusive no ambiente corporativo. Essa nova realidade impactou diretamente a forma como a imagem das pessoas é captada, compartilhada e utilizada – tendo em vista que a velocidade e o alcance da internet amplificaram os efeitos de qualquer exposição –, impulsionando, inclusive, a consolidação de novas estratégias comunicacionais no meio empresarial.

Em um cenário em que a conectividade se tornou regra e a exposição digital passou a ser um ativo valioso, os modelos tradicionais de publicidade foram gradativamente substituídos por ações de marketing mais dinâmicas, direcionadas e, sobretudo, personalizadas. Nesse contexto, o marketing digital evoluiu de mera ferramenta de divulgação para um instrumento essencial na construção de autoridade de marca, sendo a humanização e o conteúdo viral as suas principais diretrizes contemporâneas. É nesse ambiente digital interativo, centrado no engajamento e na identificação emocional, que surge a tendência de se utilizar rostos reais, especialmente de colaboradores, como recurso simbólico de aproximação entre empresas e consumidores.

A utilização da imagem dos trabalhadores, muitas vezes transformados em protagonistas de campanhas publicitárias nas redes sociais, revela uma nova faceta das relações laborais, marcada pela confluência entre a valorização da marca e a exposição do sujeito que compõe sua estrutura organizacional. No entanto, essa prática, aparentemente inovadora e inofensiva, levanta sérios questionamentos jurídicos, éticos e sociais, sobretudo diante do desequilíbrio inerente à relação de emprego. A lógica empresarial de fomentar a viralização e o alcance digital por meio da participação dos empregados em conteúdos audiovisuais frequentemente caminha na tênue linha entre o engajamento espontâneo e a imposição velada, comprometendo a efetividade dos direitos fundamentais à imagem, à privacidade e à autonomia da vontade.

Diante desse panorama, a produção acadêmica e doutrinária tem voltado sua atenção para a discussão acerca da efetividade do consentimento nas relações de trabalho, questionando se esta manifestação de vontade pode ser, de fato, considerada livre e informada ou se, em grande parte das situações, decorre de uma coação implícita ou explícita, resultado da assimetria entre empregador e empregado, de modo que o debate se estende, ainda, à

necessidade de aprimoramento dos instrumentos jurídicos voltados à proteção da imagem e da privacidade no contexto laboral.

É justamente a partir dessa realidade que o presente trabalho se propõe a investigar os desdobramentos do uso da imagem do obreiro como recurso mercadológico, possuindo como objetivo geral analisar os impactos jurídicos da utilização da imagem do empregado em peças publicitárias veiculadas pelo empregador – com enfoque nos riscos e violações inerentes a essa prática e nos mecanismos de responsabilização legal e de exploração aplicáveis a essa ação, bem como nas perspectivas futuras de implementação e melhoria do arcabouço legal quanto à temática.

Este estudo se caracteriza como uma pesquisa de abordagem qualitativa, com finalidade descritiva e explicativa, em que a análise será conduzida à luz das legislações civis e trabalhistas aplicáveis, da doutrina especializada, de artigos científicos, da jurisprudência e de exemplos concretos extraídos das redes sociais, buscando compreender os limites jurídicos dessa prática, a validade do consentimento prestado no ambiente de subordinação e os mecanismos legais e institucionais de tutela disponíveis ao empregado

Ademais, a investigação possui natureza teórica, voltada à ampliação do conhecimento jurídico, na reflexão crítica e na elaboração de uma proposta normativa que promova o aperfeiçoamento legislativo, contribuindo para a consolidação de garantias mais efetivas aos trabalhadores no cenário contemporâneo.

Apesar de finalidade primordial desse estudo não ser uma ação interventiva, capaz de mudar a realidade, mas sim fundamental para acumular conhecimento sobre essa temática, a sua relevância também se mostra na forma como articula conceitos clássicos do direito, como os direitos da personalidade e a dignidade da pessoa humana, com os desafios contemporâneos da proteção de dados, da ética digital e das relações assimétricas no contrato de trabalho, de modo que a presente análise não apenas aponta as lacunas jurídicas existentes, mas também busca fundamentar, a partir de medidas institucionais e do direito comparado e doméstico, propostas para a construção de um marco normativo específico que regule a exploração da imagem do trabalhador de forma clara, segura e proporcional.

A partir disso, busca-se desenvolver os seguintes objetivos específicos: (I) examinar o direito à imagem como expressão dos direitos da personalidade e projeção da dignidade humana; (II) analisar as causas que levam a utilização da imagem do empregado em peças publicitárias corporativas; (III) investigar as omissões da Consolidação da Leis Trabalhistas (CLT) quanto à disposição e proteção da imagem do trabalhador e a viabilidade da aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e do Código Civil na

regulamentação da matéria; (IV) avaliar a aplicabilidade dos mecanismos existentes da seara cível e trabalhista de responsabilização em caso de violação da imagem do obreiro; e (V) demonstrar a importância do *compliance* trabalhista como instrumento preventivo e educativo e a necessidade de criação de uma legislação específica e de melhoria do arcabouço legal quanto ao uso da imagem no vínculo empregatício, com base no direito comparado e nas normas domésticas já existente.

Desse modo, a revisão de literatura é estruturada a partir de três eixos centrais: o direito à imagem como fruto dos direitos da personalidade e faceta da dignidade da pessoa humana; o tratamento normativo da imagem no âmbito civil e sua aplicação subsidiária nas relações de trabalho; e os novos desafios trazidos pela internet, pelas mídias sociais e pela cultura da exposição digital.

Por fim, a importância deste trabalho reside na necessidade premente de se refletir e propor soluções normativas diante de uma realidade laboral profundamente transformada pelas tecnologias da informação e pela expansão das redes sociais como ferramentas de marketing corporativo. A utilização da imagem dos trabalhadores em conteúdos institucionais e publicitários tem se tornado uma prática comum no ambiente empresarial, muitas vezes sem critérios claros, sem consentimento informado e, sobretudo, sem a devida contraprestação ou respeito aos direitos fundamentais do empregado. Nesse contexto, torna-se indispensável examinar criticamente como o ordenamento jurídico brasileiro trata essa questão — ou, mais precisamente, como a omissão legislativa coloca o trabalhador em situação de vulnerabilidade.

Além disso, este estudo contribui para o avanço da pesquisa científica no campo do Direito do Trabalho e da proteção de dados, promovendo um debate interdisciplinar e atual, capaz de subsidiar futuras políticas públicas, decisões judiciais e reformas legislativas. Em suma, trata-se de um trabalho que não apenas preenche uma lacuna acadêmica relevante, mas que também responde a uma demanda social concreta, ao propor o fortalecimento das garantias do trabalhador frente aos novos contornos da exposição de sua identidade no mundo digital.

2. OS DIREITOS DA PERSONALIDADE E O DIREITO À IMAGEM ENQUANTO EXPRESSÃO DA DIGNIDADE HUMANA

A consolidação dos direitos da personalidade no ordenamento jurídico representa uma das conquistas mais significativas da evolução histórica do direito contemporâneo. Estes direitos passam a ter seu grau de importância revelado quando começam a integrar a esfera de influência humana como salvaguarda de valores que são inerentes à pessoa — como a vida, a intimidade, a integridade física, a privacidade e a imagem — e refletem a busca da sociedade por mecanismos normativos capazes de assegurar a proteção plena da individualidade e da dignidade do ser humano.

A origem deste conjunto de direitos remonta a períodos históricos nos quais a noção de pessoa e os limites da sua proteção jurídica estavam condicionados a fatores sociais, políticos e econômicos restritivos. De acordo com as considerações de Anderson Schreiber (2013), foi por meio de revoluções culturais e sociais, como o Iluminismo e os ideais de liberdade e igualdade impulsionados pelas revoluções liberais, e sobretudo após as graves violações aos direitos fundamentais ocorridas durante as duas guerras mundiais no século XX, que se passou a enxergar o ser humano como centro da ordem jurídica, sendo a dignidade da pessoa humana elevada ao status de valor fundamental e estruturante dos sistemas constitucionais democráticos.

Nesse sentido, os direitos da personalidade passaram a ser concebidos como projeções concretas do princípio da dignidade humana, adquirindo não apenas um caráter axiológico, mas também eficácia jurídica plena, com força vinculante sobre todos os atores sociais e institucionais. No Brasil, essa evolução normativa culminou na Constituição Federal de 1988, que não apenas consagrou a dignidade da pessoa humana como um de seus fundamentos, como também reconheceu expressamente os direitos à intimidade, à vida privada, à honra e à imagem no rol de direitos fundamentais (Brasil, 1988).

A proposta deste capítulo é, portanto, traçar um panorama histórico e conceitual da formação dos direitos da personalidade, ressaltando suas características essenciais, fundamentos filosófico-jurídicos e a importância de sua positivação nas esferas constitucional e infraconstitucional. Além disso, essa abordagem introdutória fornecerá a base teórica para o aprofundamento, nas seções seguintes, do estudo do direito à imagem como manifestação concreta da dignidade humana, de modo que – entendendo suas limitações, possibilidades de disposição e mecanismos de tutela diante de eventuais violações – seja possível entender

como este direito é amplamente usado, relativizado e negligenciado na era digital e quais os impactos que isso possui diante de relações desarmônicas de poder, em especial na esfera trabalhista.

2.1 Direitos da personalidade: evolução, conceituação e demais aspectos gerais

Ao definir os direitos da personalidade, Maria Helena Diniz (2023, p. 120) consagra que estes “são direitos comuns da existência, porque são simples permissões dadas pela norma jurídica, a cada pessoa, de defender um bem que a natureza lhe deu, de maneira primordial e direta”. Essa conceituação dos direitos da personalidade como permissões dadas para a defesa de garantias e demais bens atualmente consolidados do ordenamento jurídico estão estritamente relacionadas com o surgimento daqueles, uma vez que, como pontuado anteriormente, este arranjo de proteções legais foram relativizadas ou até mesmo extirpados da realidade política, social e jurídica conforme as décadas.

A origem e proteção da personalidade e dos direitos inerentes a ela têm raízes profundas na história da humanidade, embora suas conceituações jurídicas modernas sejam relativamente recentes.

Na Antiguidade Clássica, a noção de personalidade jurídica e a tutela dos direitos da personalidade, como as punições a ofensas físicas e morais à pessoa, estavam limitados a poucos grupos, como os cidadãos romanos, desde que, segundo Leite (2022), estes obtivessem a reunião de três status: *status libertatis* (referia-se à liberdade do indivíduo, ou seja, se ele era livre ou escravo), *status civitatis* (referia-se à cidadania do indivíduo, ou seja, se ele pertencia ao Estado Romano) e o *status familiae* (referia-se à posição do indivíduo dentro da família). Embora não representasse um reconhecimento pleno, nem fosse estendido a todos, tratava-se de uma etapa significativa para a construção da ordem jurídica dos direitos da personalidade.

Percorrendo um pouco mais a trajetória ao longo do tempo, na era medieval, percebe-se que foi com a filosofia iluminista e humanista do século XVI, retratada na floração da razão e no entendimento que o homem constituía o fim do direito, e os ideais da Revolução Francesa no século XVIII, que a percepção sobre os direitos fundamentais, incluindo os ligados à personalidade, ganhou força. A Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, proclamou a liberdade, a igualdade e a segurança como direitos naturais e

imprescritíveis¹, iniciando um período que, apesar de ainda embrionário, impulsionou a defesa dos direitos individuais e a valorização da pessoa humana e da liberdade do cidadão, assim como foi o marco inicial da Idade Contemporânea e, portanto, do direito contemporâneo, que nasce sob a forte influência do liberalismo econômico.

Ao longo do século XIX, notadamente a partir da Primeira Revolução Industrial, a liberdade contratual foi amplamente exaltada, muitas vezes de forma abusiva, no contexto do paradigma liberal, que preconizava a mínima intervenção estatal nas relações privadas. Conforme Ubiratan Borges Macedo (1995, p. 21), “o liberalismo assumiu seu nome e individualidade na Europa, veio associado a um novo estilo de vida que se traduziu no individualismo ligado ao romantismo, embora sua origem no racionalismo tenha conservado sua originalidade”.

Nesse cenário, trabalhadores oriundos do meio rural, compelidos por necessidades básicas, submetiam-se a condições laborais e habitacionais degradantes, visto que, no exercício de uma liberdade meramente fictícia na prática, firmavam contratos nos quais declararam anuência a jornadas exaustivas, remunerações ínfimas e ambientes de trabalho insalubres. Estes pactos eram cancelados pela ordem jurídica vigente, fundada na concepção de que os contratos, enquanto expressão do livre consentimento das partes, seriam presumidamente justos e legítimos (Schreiber, 2013).

No século XX, após os horrores da Segunda Guerra Mundial e com os anseios por uma nova ordem de valores que preservassem a dignidade do homem, a comunidade internacional passou a sistematizar os direitos humanos, refletindo diretamente na proteção da personalidade e dos direitos a ela ligados. A Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH), adotada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 1948, exemplifica bem isso, uma vez que abrange em seu artigo 1º a afirmativa de que “Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e em direitos.”, enquanto o artigo 12 garante que “ninguém será sujeito a interferência na sua vida privada, sua família, seu lar ou sua correspondência, nem a ataque à sua honra e reputação.”. Assim, a consagração da dignidade humana como substância basilar dos direitos da personalidade e valor central da ordem jurídica internacional acelerou a mudança dos Estados Liberais em Estados Sociais e influenciou constituições, acordos e pactos da segunda metade do século XX em diante: A Constituição da República Federal da Alemanha de 1949 passou a prever, no seu artigo 1º²,

¹ Art. 1º - Os homens nascem e são livres e iguais em direitos. As distinções sociais só podem fundar-se na utilidade comum; Art. 2º - O fim de toda a associação política é a conservação dos direitos naturais e imprescritíveis do homem. Esses Direitos são a liberdade, a propriedade, a segurança e a resistência à opressão

² Art. 1 [Dignidade da pessoa humana – Direitos humanos – Vinculação jurídica dos direitos fundamentais] (1) A

que a dignidade da pessoa humana é objeto jurídico inviolável; a Convenção Européia de 1950 estabeleceu direitos e liberdades fundamentais para os cidadãos dos estados-membros do Conselho da Europa e na França e na Itália o positivismo jurídico adotou uma abordagem que privilegiava a especialização dos direitos da personalidade, rejeitando a concepção de um direito da personalidade genérico e unitário (Fermentão, 2006).

Percebe-se que, dentro do contexto de universalização dos direitos humanos – e por conseguinte dos direitos da personalidade –, a criação de um sistema internacional composto por normas, acordos e tratados tem como base a incorporação da dignidade da pessoa humana como um eixo orientador que ilumina o horizonte dos direitos e das relações que deles descendem (Piovesan, 2013). Ademais, valendo-se brevemente da explicação de José Afonso da Silva (1998, p. 91) sobre o conceito de dignidade da pessoa humana, entende-se que este instituto é “atributo intrínseco, da essência, da pessoa humana, único ser que compreende um valor interno, superior a qualquer preço, que não admite substituição equivalente. Assim a dignidade entranha e se confunde com a própria natureza do ser humano.”

Retornando à evolução dos direitos da personalidade, no Brasil, por sua vez, a proteção da personalidade foi, também, inicialmente tratada de forma tímida, já que o Código Civil de 1916, instrumento inaugural de tutela da personalidade e de seus direitos, abordava de maneira genérica alguns aspectos relacionados à pessoa, sem estruturação clara sobre os direitos da personalidade (Brasil, 1916). Com o advento da Constituição Federal de 1988, esses direitos assumem posição de destaque no ordenamento jurídico: em seu artigo 1º³, inciso III, consagrou-se a dignidade da pessoa humana como um dos fundamentos da República Federativa do Brasil em que todos os demais princípios e direitos derivam e que norteia toda e qualquer regra jurídica do país, ao passo que o artigo 5º⁴ assegura expressamente diversos direitos relacionados à personalidade, como o direito à vida, à honra, à imagem e à privacidade (Brasil, 1988).

dignidade da pessoa humana é intangível. Respeitá-la e protegê-la é obrigação de todo o poder público; (2) O povo alemão reconhece, por conseguinte, os direitos humanos invioláveis e inalienáveis como a base de toda a comunidade, da paz e da justiça no mundo.

³ Art. 1º - A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos: I - a soberania; II - a cidadania; III - a dignidade da pessoa humana; IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa; V - o pluralismo político.

⁴ Art. 5º - Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem; X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

Por fim, ainda dentro da seara do direito doméstico, o Código Civil de 2002 representou um avanço significativo ao dedicar um capítulo específico aos direitos da personalidade (artigos 11 ao 21), reconhecendo sua importância, autonomia e mecanismos de tutela às agressões em face daqueles e, por conseguinte, da própria pessoa humana (Brasil, 2022).

Ao passo que esses direitos adquiriram uma relevância maior e, por consequência, passaram a ocupar posições de destaque na Carta Magna e nas legislações infraconstitucionais – de tal modo que uma ofensa àqueles constitui-se como elemento caracterizador de dano moral e patrimonial indenizável (Brasil, 2002) –, foi igualmente possível observar uma revolução na proteção jurídica do indivíduo pelo desenvolvimento de ações de responsabilidade civil e, diante das possibilidades elencadas na lei, também criminal.

Com base nessa linha de raciocínio, Diniz (2023) admite aos direitos da personalidade uma dupla dimensão: uma dimensão axiológica, que expressa os valores fundamentais inerentes à pessoa humana, considerada em sua individualidade ou inserida no contexto social; e uma dimensão objetiva, na qual se configuram como direitos positivados, com respaldo legal e constitucional, impondo limites à atuação dos três Poderes do Estado, os quais têm o dever de protegê-los contra quaisquer violações, inclusive diante dos desafios decorrentes dos avanços tecnológicos.

A partir daqui surge a necessidade de abordar a distinção entre Personalidade de Direitos da Personalidade: enquanto aquela é entendida como a qualidade do indivíduo que lhe permite configurar como sujeito ativo ou passivo na aquisição de direitos e obrigações, estes concebem-se como arco de direitos reconhecidos aos seres humanos e necessários a sua existência e manutenção (Bezerra, 2007). Conciliado a isso, Clóvis Beviláqua (1980, p. 70) ensina que “[...] pessoa é o ser a que se atribuem direitos e obrigações, e a personalidade é a aptidão reconhecida pela ordem jurídica à alguém para exercer e contrair obrigações.”

Compreendendo os direitos da personalidade a partir dessa perspectiva, isto é, ante a previsão da dignidade e dos valores fundamentais da pessoa humana como um preceito constitucional e infraconstitucional que permite ao ser humano a prerrogativa de desenvolver integralmente a sua personalidade e tê-la protegida, bem como a diferenciação entre a personalidade e direitos que dela advém, deduz-se que estes direitos subjetivos devem ser respeitados e entendidos como conteúdo mínimo para permitir a existência e a convivência dos seres humanos (Venosa, 2013). Possuindo essa conceituação como ponto de partida, interpreta-se que a pessoa humana, como integrante da sociedade, para viver a sua vida pessoal e social, necessita de certos bens mínimos, que podem ser divididos em: bens externos

e bens internos, ou seja, bens que, na sua maioria, estão no seu ambiente natural representados em coisas móveis e imóveis, corpóreas ou incorpóreas, que se encontram fora dela, mas que são indispensáveis à satisfação de suas necessidades e à sua vida; e os bens internos, que por sua vez se encontram no próprio indivíduo, integralizados à sua personalidade, necessários à sua dignidade e integridade interior. Estes bens internos – os direitos da personalidade – são tão importantes que, se privado desses bens, o ser humano sofrerá grave limitação nos seus interesses e daquilo que o caracteriza como pessoa.

Santiago Dantas (1979, p. 194), entende que:

[...] entre os bens externos, sobre os quais o homem exerce as suas faculdades de apropriação, vão constituir, depois, numerosos direitos patrimoniais, e esses bens internos, cujo desfrute o homem encontra em si mesmo, constituem uma categoria de direitos que são os direitos da personalidade. Tais direitos têm características próprias que os distinguem dos demais.

Nesse contexto, como abordado pelo autor, os direitos da personalidade passam a ostentar como traço distintivo dos demais rolos de direitos o fato de serem, para Maria Helena Diniz (2023, p. 120), “absolutos, intransmissíveis, indisponíveis, irrenunciáveis, ilimitados, imprescritíveis, impenhoráveis e inexpropriáveis”; enquanto para Carlos Alberto Bittar (2015, p. 50) eles são “*inatos* (originários), absolutos, extrapatrimoniais, intransmissíveis, imprescritíveis, impenhoráveis, vitalícios, necessários e oponíveis erga omnes”; e por fim, para César Fiuza (2019, p. 221), os direitos da personalidade são “extrapatrimoniais, genéricos, absolutos, indisponíveis/inalienáveis, irrenunciáveis, imprescritíveis, preeminentes e essenciais”.

Para o entendimento deste trabalho, caracterizam-se os direitos da personalidade quando estes se perfazem como: *inatos*, pois derivam da própria constituição individual da pessoa humana, sendo atributos inseparáveis da condição de ser humano (De Cupis, 2006); *absolutos*, isto é, possuem natureza absoluta, dado que produzem efeitos erga omnes, impondo a todos o dever universal de respeito e abstenção, configurando-se, assim, como direitos de exclusão que asseguram ao titular proteção contra qualquer forma de interferência indevida; e *intransmissíveis*, uma vez que a personalidade civil é inerente a cada indivíduo, não havendo a possibilidade do seu desprendimento e, conseqüentemente, a cessão do direito em si, seja a título oneroso ou gratuito, ou por ato entre vivos ou causa mortis, assim ensinado pela civilista Maria Helena Diniz (2023).

Entende-se que os direitos da personalidade são também *extrapatrimoniais*. Esses direitos não possuem conteúdo patrimonial, mesmo que sua violação possa ensejar reparação pecuniária, uma vez que sua finalidade primordial é assegurar o respeito ao ser humano como

indivíduo único, dotado de atributos próprios e inalienáveis, não se destinando à satisfação de necessidades econômicas ou à integração do patrimônio do titular, conforme entende Sílvio de Salvo Venosa (2013). Sendo assim, são também *indisponíveis* e *irrenunciáveis*, ou seja, não estão à livre disposição do titular que com eles podem fazer o que desejar, tampouco renunciar à sua titularidade, sob pena de comprometer, em última instância, a própria integridade da personalidade humana. Há controvérsias, entretanto, quanto a sua indisponibilidade, uma vez que a própria doutrina e o arcabouço legal permitem a sua flexibilização (Diniz, 2023). A título de exemplo se admite a celebração de negócios jurídicos de caráter oneroso do direito à imagem, contudo, a autorização para que terceiros explorem certos aspectos de caráter patrimonial ou comercial desse direito se submete ao crivo das demais características e limitações principiológicas, como a irrenunciabilidade e a dignidade da pessoa humana, respectivamente (Glitz; Toazza, 2017).

São igualmente *imprescritíveis*, uma vez que não se extinguem pelo decurso do tempo, nem pela inércia do titular em buscar sua defesa (Silva; Dinallo, 2021). Assim, segundo as autoras, sua tutela independe de prazo para ser exercida e, ainda que o legitimado permaneça inerte diante de eventuais violações, não perderá o direito à proteção e ao pleno exercício desses direitos. Ressalte-se, contudo, que as pretensões de natureza patrimonial decorrentes da violação dos direitos da personalidade estão sujeitas aos prazos prescricionais previstos em lei⁵.

Destaca-se, por fim, que estes direitos são *vitalícios, perenes ou perpétuos*, por acompanharem a pessoa durante toda a sua existência, não se admitindo violações em vida e, em alguns casos, possuindo tutela que se reflete mesmo após a morte da pessoa, conforme possibilita o parágrafo único⁶, artigo 12, do Código Civil Brasileiro (CCB), ao conceder legitimidade aos herdeiros para proteger a memória do falecido, os quais podem exercer a tutela jurídica dos direitos da personalidade, independente da transmissão dos direitos em si mesmos (Brasil, 2002).

Considerando as discussões apresentadas, a análise dos direitos da personalidade evidencia sua centralidade no ordenamento jurídico brasileiro como garantias essenciais à proteção da individualidade, da liberdade e da integridade dos seres humanos. Ao longo do tempo, esses direitos passaram por um processo de evolução normativa e doutrinária, sendo reconhecidos não apenas como direitos subjetivos privados – aqueles por meio dos quais o

⁵ Art. 206º - Prescreve: [...] § 3º Em três anos: [...] V - a pretensão de reparação civil.

⁶ Art. 12º - [...] Parágrafo único. Em se tratando de morto, terá legitimação para requerer a medida prevista neste artigo o cônjuge sobrevivente, ou qualquer parente em linha reta, ou colateral até o quarto grau.

titular tem direito a um determinado ato face ao destinatário –, mas também como projeções diretas do princípio fundamental da dignidade da pessoa humana, consagrado na legislação constitucional doméstica e estrangeira.

Essa íntima vinculação entre os direitos da personalidade e a dignidade humana revela-se não apenas em seu fundamento axiológico, mas também em sua função prática: assegurar ao indivíduo o controle sobre os aspectos mais sensíveis de sua identidade e existência, como o nome, a imagem, a honra, a vida privada, o corpo e a intimidade; uma vez que, ao proteger estes direitos, o ordenamento jurídico busca preservar a autonomia e o respeito ao sujeito enquanto fim em si mesmo, impedindo a objetificação ou subordinação excessiva da pessoa, sobretudo em contextos marcados por relações assimétricas de poder ou de eficácia diagonal dos direitos fundamentais, como é o caso das relações de trabalho (Nunes, 2022).

Dentre os múltiplos aspectos protegidos pelos direitos da personalidade, o direito à imagem – objeto em foco deste estudo – se destaca, em um contexto contemporâneo marcado pela hiperconectividade, pela digitalização das relações sociais e pela constante exposição dos indivíduos em ambientes públicos e virtuais. Desse modo, a imagem passa a ser não apenas um reflexo da aparência física, mas uma representação social e simbólica da identidade da pessoa, elemento essencial de sua autodeterminação, e, por este motivo, sua exploração indevida representa não apenas um desrespeito patrimonial, mas uma violação à dignidade e à autonomia do sujeito.

Assim, o direito à imagem como relevância no interior dos direitos da personalidade, justifica sua análise autônoma e será o foco da próxima seção deste trabalho, em que se buscará analisar sua natureza jurídica, os limites do consentimento e as formas pelas quais sua violação pode comprometer a dignidade da pessoa humana.

2.2 O direito à imagem: natureza jurídica, violações e limites à sua disposição

O direito à imagem é uma das expressões mais relevantes dos direitos da personalidade, e não apenas pela sua íntima ligação com a individualidade de uma pessoa e ao modo como ela se apresenta e é reconhecida na sociedade, mas também em face da extraordinária evolução das tecnologias das comunicações. Sua função primordial é proteger a representação de um indivíduo contra exposições indevidas, alterações não consentidas e explorações mercadológicas sem autorização. Trata-se de um direito que assegura ao titular o

poder de controlar o uso de sua própria aparência, resguardando tanto sua integridade moral quanto sua representação social.

Carlos Alberto Bittar (2015, p. 210), nos estudos sobre direitos da personalidade, definiu o direito à imagem como:

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 a pessoa à sua expressão externa, tomada no conjunto, ou em partes significativas (como a boca, os olhos, as pernas, enquanto individualizadoras da pessoa).

Inicialmente, como ora retratado, entendia-se a imagem meramente como reprodução visual e estética do indivíduo. Entretanto, tendo em vista a importância que a legislação passou a dar a esta figura jurídica, incorporando-a como direito-atributo da personalidade, uma nova conceituação passou a ser necessária. Para tanto, propôs Walter Moraes (1972, p. 65) um conceito mais amplo, que não fosse vinculado apenas à ideiação visual: “toda expressão formal e sensível da personalidade de um homem é imagem para o direito”. Assim, passa-se a entender que, para além da reprodução visual de um indivíduo, também se caracteriza como imagem o conjunto de atributos cultivados pela pessoa, reconhecidos socialmente e que, por consequência, são capazes de caracterizá-la e individualizá-la.

É a partir desta perspectiva que duas espécies de imagem surgem no ordenamento jurídico: a imagem-retrato e a imagem-tributo. A primeira refere-se à representação física e objetiva da aparência de uma pessoa, como fotografias, vídeos, filmagens ou desenhos sendo a forma mais direta e comum de expressão da imagem de um indivíduo. Já a segunda é expressada na representação simbólica, indireta ou associativa de uma pessoa, mesmo que não envolva a sua fisionomia, sendo, portanto, a forma como a identidade de alguém é evocada ou associada em determinado contexto (Araújo, 2013). Sua principal função é a de impedir a circulação de informação falsa, incorreta ou incompleta que altere os caracteres apresentados por um indivíduo ou pessoa jurídica junto ao corpo social.

A admissão da espécie de imagem-atributo na concepção de imagem e, portanto, qualidade da personalidade, evidencia a presença, no ordenamento jurídico brasileiro, de uma cláusula geral de tutela e promoção da pessoa humana, alicerçada no princípio da dignidade da pessoa humana e voltada à garantia do livre desenvolvimento da personalidade, dado o disposto no artigo 1º, inciso III, da Constituição Federal (Brasil, 1988). Assim, a rejeição da imagem-atributo implicaria uma lacuna na proteção jurídica da personalidade (Loureiro,

2005), deixando desamparadas determinadas situações que, embora não afetem diretamente outros bens da mesma natureza – como a honra, a intimidade ou a imagem-retrato –, merecem tutela.

Como retratado na seção anterior deste capítulo, apesar de os direitos da personalidade, por conseguinte o direito à imagem, possuírem entre suas características a indisponibilidade, este instituto não é absoluto, uma vez que admite flexibilização (Diniz, 2023). Isso significa dizer que a imagem da pessoa ou sua personalidade física jamais poderá ser vendida, renunciada ou cedida em definitivo, porém, poderá, sim, ser licenciada por seu titular a terceiros, que desta poderá tirar proveitos económicos. Haja vista a natureza flexibilizadora dessa relação – licença de uso de imagem do titular a outros indivíduos – e de tantas outras relações que envolvam direta ou indiretamente o uso da imagem da pessoa, é que se faz necessário analisar os limites e as exceções à indisponibilidade desse direito.

Maria Helena Diniz (2023, p. 138) entende que “o direito à imagem é o de ninguém ver sua efígie exposta em público ou mercantilizada sem seu consento e o de não ter sua personalidade alterada material ou intelectualmente, causando dano à sua reputação”. Em outras palavras, é a exigência de proteção que o arcabouço jurídico impõe às relações que tratam sobre os direitos da personalidade, não sendo diferente a tutela à imagem.

Diante dessa premissa, surge o questionamento de qual seria o fator definitivo para que seja reconhecida a violação do direito e, a partir de um fato gerador, o violador possa sofrer as devidas consequências pelos seus atos de violação. A resposta mais adequada reside na compreensão de que a violação se caracteriza pela ilicitude do ato de exposição ou deturpação da imagem, a qual, por sua vez, é aferida a partir da ausência de consentimento do titular. Em razão disso, o consentimento, por ser ato de vontade – e este ser o elemento central do suporte fático do ato jurídico em sentido amplo (Mello, 2000) – é tema fundamental no campo do direito à imagem, pois, a partir da vontade em autorizar a utilização da imagem, estarão os atos de captação, reprodução e publicação revestidos de legalidade. Ademais, Pablo Stolze e Rodolfo Pamplona Filho (2012, p. 319) complementam dizendo que “a manifestação ou declaração de vontade há que ser livre e não estar impregnada de malícia (má-fé)”.

Portanto, possuindo como fato gerador o consentimento, é possível definir que o momento da violação ao direito de imagem ocorre quando há ato contrário a esse entendimento. Entretanto, por se transfigurar como um dos espelhamentos do princípio da dignidade humana e a sua concepção abranger uma vertente que não está restrita apenas a reprodução visual da pessoa – haja vista a imagem-atributo alcançar a forma como o indivíduo é percebido e valorizado pela sociedade –, caracterizam-se como atos de violação

ao direito de imagem também aqueles que excedem os limites inicialmente estabelecidos entre as partes — seja por destinação diversa ou não expressamente prevista — em qualquer hipótese em que a pessoa seja captada ou registrada para posterior divulgação, com ou sem finalidade econômica (Bittar, 2015).

Assim, a ocasião que configura violação ao direito de imagem passa a se dar tanto pela sua utilização indevida a título não autorizado de seu detentor, como pelo uso que extrapole o consentimento anteriormente dado, seja por necessariamente fugir das finalidades acordadas, seja porque se constatou que o uso passou a configurar afronta direta à dignidade humana e/ou os demais atributos dos direitos da personalidade, haja vista que o consentimento dado deve ser interpretado restritivamente (Chaves, 1972). Ademais, pontua-se que mesmo que a imagem do indivíduo utilizada sem seu consentimento não tenha cunho depreciativo, humilhante ou vexatório, ainda assim implica violação ao direito à imagem. Concilia-se com este entendimento o julgado da Súmula nº 403 do Superior Tribunal de Justiça (STJ)⁷, ao declarar que independe de prova do prejuízo a indenização pela publicação não autorizada de imagem de pessoa com fins econômicos ou comerciais, ou seja, trata-se de um dano moral *in re ipsa* – presumido.

Por fim, é pertinente destacar que existem exceções legais, ou seja, situações previstas no ordenamento jurídico em que não é necessária autorização para o uso da imagem. O próprio Código Civil de 2002 determina, em seu artigo 20, essas exceções quando declara que:

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 a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais. (Brasil, 2002) (grifou-se)

Desse modo, para além da autorização, que se apresenta como principal condição para o uso legítimo desse direito, a imagem de uma pessoa poderá ser usada sem o seu necessário consentimento quando diante da prevalência da finalidade público – e aqui se pode extrair base para entender que o direito à imagem também se limita a liberdade de expressão em alguns casos – e da relevância à administração da justiça, como nos casos de cobertura jornalística, manifestações culturais ou divulgação de fatos notoriamente relevantes à

⁷ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Súmula 403: “Independente de prova do prejuízo a indenização pela publicação não autorizada da imagem de pessoa com fins econômicos ou comerciais.” Aprovada em 28 de outubro de 2009. Disponível em: https://www.stj.jus.br/docs_internet/revista/eletronica/stj-revista-sumulas-2014_38_capSumula403.pdf. Acesso em: 25 maio 2025.

coletividade.

A jurisprudência tem reconhecido como lícita a divulgação de imagens de pessoas envolvidas em fatos públicos e notórios, desde que não haja finalidade vexatória, sensacionalista ou comercial. Nesse sentido, o Tema nº 786 da Repercussão Geral do Supremo Tribunal Federal (STF)⁸ firmou o entendimento de que o direito ao esquecimento é incompatível com a Constituição. O Tribunal concluiu que não é admissível impedir a divulgação de fatos verídicos pelo simples decurso do tempo, pois isso violaria os princípios da liberdade de expressão, de imprensa e de informação, admitindo-se restrições apenas nos casos previstos em lei e nos limites constitucionais, sob pena de configurar censura prévia.

Ademais, a corte também entendeu que, apesar de não reconhecer o direito ao esquecimento, os excessos ou abusos eventualmente verificados no exercício da liberdade de expressão e de informação devem ser apreciados à luz do caso concreto, com base nos parâmetros constitucionais que asseguram a proteção à honra, à imagem, à privacidade e aos demais direitos da personalidade, bem como na legislação específica prevista nas esferas penal e civil e aplicada caso a caso.

No episódio em tela, os ministros da corte entenderam que, diante de uma colisão de direitos que descendem diretamente do Texto Constitucional, deveria haver um sopesamento de qual dos direitos fundamentais teria maior prevalência – ou seja, o grau de realização do interesse lesivo (liberdade de informação e de expressão) com o grau de sacrifício do interesse lesado (direitos de personalidade). Desse modo, ficou vencido o entendimento que a liberdade de expressão e de informação passam a ter um valor maior a coletividade do que os direitos de personalidade, de modo que o direito à imagem acaba, por consequência, encontrando limitações diante daquelas premissas constitucionais, ainda que transgressões circunstanciais no exercício desses preceitos devam ser analisados e repelidos.

Conciliado com o entendimento da Suprema Corte, os operadores do direito também entendem que quando o direito à imagem colide com um interesse público relevante e o direito à informação, como nos casos de administração da justiça ou proteção da saúde coletiva, estes devem prevalecer, em razão do princípio da supremacia do interesse público sobre o interesse privado, devendo o direito à imagem sofrer limitação apenas na medida estritamente necessária para atender ao interesse público envolvido, sendo vedados os abusos ou excessos, conforme impõe o princípio da proporcionalidade (Loureiro, 2005). Ademais,

⁸ BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Tema 786 - Direito ao esquecimento na esfera civil. Recurso Extraordinário com repercussão geral reconhecida (RE 1.010.606/RJ), rel. Min. Dias Toffoli, julgado em 11 fev. 2021. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/processos/downloadPeca.asp?id=15346473757&ext=.pdf>. Acesso em: 27 maio 2025.

como declara o Enunciado nº 279 do Conselho de Justiça Federal, aprovado na IV Jornada de Direito Civil de 2004⁹, a proteção da imagem:

deve ser ponderada com outros interesses constitucionalmente tutelados, especialmente em face do direito de amplo acesso à informação e da liberdade de imprensa. Em caso de colisão, levar-se-á em conta a notoriedade do retratado e dos fatos abordados bem como a veracidade destes e, ainda, as características de sua utilização (comercial, informativa, biográfica), privilegiando-se medidas que não restrinjam a divulgação de informações.

Para além das exceções legais previstas, a doutrina – Maria Helena Diniz (2023), Carlos Alberto Bittar (2015) e Carlos Roberto Gonçalves (2022) – também entende que há uma mitigação maior dos limites relacionados ao direito de imagem quanto à captura e divulgação de imagens em locais públicos ou de grupos coletivos, bem como de pessoas notórias, ou seja, assim consideradas aquelas que no cenário artístico, cultural, desportivo, político e científico se destacam publicamente.

No primeiro caso, o indivíduo figura apenas como parte integrante do panorama geral, sem que se evidencie a pessoa, pois se pretende dar divulgação ao acontecimento ou fenômeno coletivo e não ao indivíduo que integra a cena (Diniz, 2023). É necessário evidenciar, entretanto, que o ponto que permite a mitigação do direito à imagem nessa questão é a não individualização da pessoa, tendo em vista que, mesmo estando esta em um ambiente público e coletivo, se a finalidade for a captação da sua imagem de modo que possa ser por ela a pessoa particularizada e identificada, observa-se flagrantemente ilícita a divulgação desautorizada da sua imagem.

Já quanto à pessoa pública, por esta condição, introduz uma importante modulação na extensão da proteção conferida ao direito à imagem, especialmente quando confrontado com outros princípios constitucionais, como a liberdade de expressão, o direito à informação e o interesse público. Estas pessoas, por exercerem funções de interesse coletivo ou por voluntariamente se projetarem na esfera pública, estão mais expostas à cobertura midiática, crítica e observação social, entretanto, isso não implica renúncia automática ao direito à imagem, tampouco significa que qualquer uso de sua figura seja permitido indiscriminadamente. Como esclarece Bittar (2015, p. 239):

Nesse caso, existe redução espontânea dos limites da privacidade (como ocorre com os políticos, atletas, artistas e outros que se mantêm em contato com o público com maior intensidade). Mas o limite da confidencialidade persiste preservado. Assim, sobre fatos íntimos, sobre a vida familiar, sobre a reserva no domicílio e na correspondência não é lícita a comunicação sem consulta ao interessado.

⁹ BRASIL. Enunciado n. 279 da IV Jornada de Direito Civil. Conselho Federal de Justiça. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/236>. Acesso em: 27 de maio de 2025.

Assim, compreende-se que difusão da imagem de uma pessoa pública sem seu consentimento deve estar relacionada com sua significativa atividade ou com o direito à informação, possuindo aquele que divulga a obrigação de entender que a notoriedade da pessoa não elimina a necessidade de respeito a sua imagem, dignidade e integridade moral, uma vez que ela continua titular do direito à imagem, devendo os limites da exposição social serem analisados à luz da razoabilidade e da tutela aos direitos da personalidade (Loureiro, 2005). Como adendo, é notável ressaltar que, quanto ao direito à informação quando utilizado como limitador do direito à imagem, Celso Antonio Pacheco Fiorillo (2009 p. 65) ensina que:

A veiculação dos fluxos informativos prevista nos arts. 220 a 224 da Constituição deverão, portanto, atender sempre às necessidades das pessoas humanas em face dos fundamentos constitucionais do Estado Democrático de Direito informados nos incisos II e III do artigo 1: cidadania e dignidade.

Mesmo dentre as possibilidades de restrições ao direito à imagem que a doutrina e a jurisprudência estabelecem, é possível observar que o núcleo essencial e intransigente que caracteriza esse direito continua a ser o mesmo independente do cenário: a valoração da dignidade humana. Ainda que o arcabouço legal e jurídico permitam sua elasticidade e mitigação, esse mesmo conjunto de normas, ensinamentos e decisões entendem o papel central na proteção da dignidade da pessoa humana, uma vez que a imagem representa uma dimensão sensível da identidade individual, dotada de valor moral, simbólico e, em muitos casos, econômico. Por essa razão, o ordenamento jurídico brasileiro consagra a imagem como um direito fundamental, estabelecendo garantias constitucionais e civis voltadas à sua proteção, de modo que em nenhuma hipótese a exposição da imagem pode ser autorizada como forma de coação, exploração abusiva ou degradação da condição humana, sob pena de se violar diretamente a essência da dignidade que sustenta todo o edifício normativo do Estado Democrático de Direito.

Nesse contexto, torna-se imprescindível compreender os mecanismos de tutela disponíveis ao titular da imagem e refletir sobre sua efetividade, alcance e adequação — temas que serão explorados adiante.

2.3 Mecanismos de proteção e reparação à violação do direito de imagem

Como já repisado anteriormente, a proteção do direito à imagem ocupa um espaço de destaque no ordenamento jurídico brasileiro, sendo resguardada tanto pelas normas constitucionais quanto por normas infraconstitucionais. A Carta Magna de 1988 conferiu

tratamento autônomo e explícito ao direito à imagem, reconhecendo-o como um direito fundamental e assegurando, em caso de violação, a reparação por danos morais e materiais:

Art. 5º - Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

[...]

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação

[...]

XXVIII - são assegurados, nos termos da lei:

a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;

b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas (Brasil, 1988).

Essa positivação, como já retratada anteriormente, representou um marco na evolução dos direitos da personalidade no Brasil ao elevar a status constitucional normas que tanto garantem direitos como os tutelam, de modo a posicionar o país entre os ordenamentos mais avançados do mundo nessa matéria, além de servir como referência normativa para a formulação de legislações infraconstitucionais voltadas à proteção da imagem (Netto, 2004).

Para além do plano constitucional, a Lei nº 13.188 de 2015 regulamenta o direito de resposta assegurado constitucionalmente, sendo aplicável em situações em que o uso da imagem for associado a conteúdo inverídico, ofensivo ou que deturpe a realidade – violação à imagem-atributo. Essa legislação garante ao ofendido o direito de resposta ou retificação com o mesmo destaque, publicidade, periodicidade e dimensão da matéria ofensiva; assim o como impede que a retratação espontânea seja utilizada como justificativa para frustrar o exercício do direito de resposta e o processo judicial por danos morais, materiais ou à imagem¹⁰. Conciliado a isso, o juízo poderá determinar, diante de elementos probatórios que evidenciem a plausibilidade do direito alegado ou demonstrem fundado risco de que o resultado final da ação se torne ineficaz, medida antecipatória, além de, a qualquer tempo, “impor multa diária ao réu, independentemente de pedido do autor, bem como modificar-lhe o valor ou a periodicidade, caso verifique que se tornou insuficiente ou excessiva.”¹¹, conforme artigo 7º,

¹⁰ Art. 2º - Ao ofendido em matéria divulgada, publicada ou transmitida por veículo de comunicação social é assegurado o direito de resposta ou retificação, gratuito e proporcional ao agravo. [...] § 3º A retratação ou retificação espontânea, ainda que a elas sejam conferidos os mesmos destaque, publicidade, periodicidade e dimensão do agravo, não impedem o exercício do direito de resposta pelo ofendido nem prejudicam a ação de reparação por dano moral. (BRASIL, 2015)

¹¹ Art. 7º - O juiz, nas 24 (vinte e quatro) horas seguintes à citação, tenha ou não se manifestado o responsável

parágrafo terceiro, da referida lei (Brasil, 2015).

Ainda na seara cível, outra norma de igual ou maior destaque é o Código Civil Brasileiro de 2002 quando dedica o artigo 20 à proteção da imagem, prevendo que sua utilização não autorizada pode ser proibida judicialmente e gerar indenização, sobretudo se causar dano à honra, à boa fama ou se destinar a fins comerciais (Brasil, 2002) – proteção esta que se estende mesmo após a morte¹².

Igualmente dentro do CCB, os artigos 12¹³ e 884¹⁴, coadunam com esse entendimento: o primeiro abrange de forma ampla que é possível a cessão de ameaça ou lesão aos direitos da personalidade, podendo o ofendido requerer perdas e danos cumulados com outras sanções previstas em lei; o segundo, por sua vez, veda o enriquecimento sem causa, podendo ser aplicado a casos em que terceiros se beneficiam economicamente do uso indevido da imagem alheia (Brasil, 2002).

Por fim, ainda no artigo vigésimo do código citado, a proteção de “escritos”, referida no dispositivo, diz respeito à vida privada, à intimidade ou ao direito do autor; estando este último intrinsecamente relacionado com o direito à imagem. Isso é possível comprovar por meio da Lei de Direitos Autorais ou Lei nº 9.610 de 1998 (Brasil, 1998) que – em obediência ao inciso XXVIII, do artigo 5º, da CF/88 – traz em seu texto inúmeros comandos que visam proteger o direito à imagem na seara artística, vejamos:

Art. 24. São direitos morais do autor:

[...]

VI - o de retirar de circulação a obra ou de suspender qualquer forma de utilização já autorizada, **quando a circulação ou utilização implicarem afronta à sua reputação e imagem;**

Art. 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais:

I - a reprodução:

[...]

c) de retratos, ou de outra forma de representação da imagem, feitos sob encomenda, quando realizada pelo proprietário do objeto encomendado, **não havendo a oposição da pessoa neles representada ou de seus herdeiros;**

Art. 90. Tem o artista intérprete ou executante o direito exclusivo de, a título oneroso ou gratuito, autorizar ou proibir:

[...]

III - a radiodifusão das suas interpretações ou execuções, fixadas ou não;

[...]

pelo veículo de comunicação, conhecerá do pedido e, havendo prova capaz de convencer sobre a verossimilhança da alegação ou justificado receio de ineficácia do provimento final, fixará desde logo as condições e a data para a veiculação, em prazo não superior a 10 (dez) dias, da resposta ou retificação. (BRASIL, 2015)

¹² Art. 20º - [...] Parágrafo único. Em se tratando de morto ou de ausente, são partes legítimas para requerer essa proteção o cônjuge, os ascendentes ou os descendentes.

¹³ Art. 12º - Pode-se exigir que cesse a ameaça, ou a lesão, a direito da personalidade, e reclamar perdas e danos, sem prejuízo de outras sanções previstas em lei.

¹⁴ Art. 884º - Aquele que, sem justa causa, se enriquecer à custa de outrem, será obrigado a restituir o indevidamente auferido, feita a atualização dos valores monetários.

§ 2º A proteção aos artistas intérpretes ou executantes estende-se à reprodução da voz e imagem, quando associadas às suas atuações. (BRASIL, 1998) (grifou-se)

Evidencia-se, portanto, a preocupação do legislador em tutelar o direito a imagem, seja ela imagem-retrato ou imagem-atributo, de um grupo da sociedade em virtude das peculiaridades que o cerca e que poderiam, a depender do caso, fragilizar o referido direito da personalidade que cabe a pessoa na figura do autor.

Essa preocupação em resguardar o aludido direito não se limita ao grupo artístico citado anteriormente. A título de exemplo, registra-se que o direito autoral, à imagem e a exploração da imagem do indígena foi regulamentada em 2006 pela Portaria nº 177/PRES da Fundação Nacional dos Povos Indígenas, ao estabelecer limitações e obrigatoriedade de remuneração por parte de quem obtiver lucro com a imagem desse grupo étnico:

Art. 2. Direitos autorais dos povos indígenas são os direitos morais e patrimoniais sobre as manifestações, reproduções e criações estéticas, artísticas, literárias e científicas; e sobre as interpretações, grafismos e fonogramas de caráter coletivo ou individual, material e imaterial indígenas.

§ 1º. O autor da obra, no caso de direito individual indígena, ou a coletividade, no caso de direito coletivo, detêm a titularidade do direito autoral e decidem sobre a utilização de sua obra, de protege-la contra abusos de terceiros, e de ser sempre reconhecido como criador.

[...]

Art. 3 – As criações indígenas poderão ser utilizadas, mediante anuência dos titulares do direito autoral, para difusão cultural e outras atividades, inclusive as de fins comerciais verificados:

- i- o respeito à vontade dos titulares do direito quanto à autorização, veto, ou limites para a utilização de suas obras;
- ii- as justas contrapartidas pelo uso de obra indígena, especialmente aquelas desenvolvidas com finalidades comerciais;
- iii- a celebração de contrato civil entre o titular ou representante dos titulares do direito autoral coletivo e os demais interessados.

[...]

Art. 5 - Direito de imagem indígena constitui direitos morais e patrimoniais do indivíduo ou da coletividade retratados em fotos, filmes, estampas, pinturas, desenhos, esculturas e outras formas de reprodução de imagens que retratam aspectos e peculiaridades culturais indígenas.

[...]

Art. 6 – As imagens indígenas poderão ser utilizadas para difusão cultural; nas atividades com fins comerciais; para informação pública; e em pesquisa.

§ Único - Qualquer contrato que regule a relação entre indígenas titulares do direito de imagem e demais interessados deve conter:

- I - expressa anuência dos titulares individuais e coletivos do direito sobre a imagem retratada;
- II - vontade dos titulares do direito quanto aos limites e às condições de autorização ou cessão do direito imagem;
- III - garantia do princípio da repartição justa e equitativa dos benefícios econômicos advindos da exploração da imagem. (BRASIL, 2006)

A regulamentação com o fito de promover a proteção da imagem do indígena é ainda maior do que a legislação autoral tratada anteriormente. Revela-se, assim, mais uma vez, a preocupação na tutela do direito à imagem, sobretudo da proteção desse direito frente a

grupos marginalizados e/ou suscetíveis a fragilidades a que os demais não estão sujeitos.

Exemplo ainda expressivo dessa tutela a grupo particulares é o Estatuto da Criança e do Adolescente ou Lei nº 8.069 de 1990, que, ao tratar da proteção da imagem de crianças e adolescentes como aspecto essencial da sua integridade moral e psíquica, consagra em seu artigo 17 que: “o direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, ideias e crenças, dos espaços e objetos pessoais.” (Brasil, 1990).

Essa proteção legal é oriunda do entendimento do legislador quanto à hipervulnerabilidade inerente a alguns grupos – como as crianças e os idosos – e se pode ser dividida em três tipos, segundo Marques Júnior (2018): a vulnerabilidade fática, que decorre da evidente desigualdade entre as partes, marcada pela superioridade econômica e social ou condição física ou psicológica desfavorável; a vulnerabilidade técnica, que refere-se à limitação de uma parte quanto ao domínio de conhecimentos específicos para a tomada de decisão, dificultando uma avaliação precisa e segura: e, por fim, a vulnerabilidade jurídica, que está associada à ausência de informações adequadas sobre os próprios direitos e deveres inerentes aquele grupo vulnerável, bem como sobre as implicações legais e processuais da relação contratual que se estabelece.

Ainda nessa linha de pensamento, o Estatuto tipifica penalmente condutas que violam a imagem de crianças e adolescentes em contextos de sexualidade, prevendo pena de reclusão para quem “produzir ou dirigir representação teatral, televisiva ou película cinematográfica, utilizando-se de criança ou adolescente em cena de sexo explícito ou pornográfica”¹⁵, bem como para quem “fotografar ou publicar cena de sexo explícito ou pornográfica envolvendo criança ou adolescente”¹⁶, com penas que variam de um a quatro anos de reclusão (Brasil, 1990). Segundo Sávio Renato Bittencourt (2019), estes dispositivos reforçam a compreensão de que a proteção da imagem, especialmente de sujeitos em condição peculiar de desenvolvimento, merece uma ênfase maior, tendo em vista que, pela sua própria circunstância de amadurecimento psicobiológico, necessitam de plena estabilidade e segurança para alcançar a evolução integralmente a sua personalidade e ter, por conseguinte, uma vida digna.

¹⁵ Art. 240º - Produzir, reproduzir, dirigir, fotografar, filmar ou registrar, por qualquer meio, cena de sexo explícito ou pornográfica, envolvendo criança ou adolescente: Pena – reclusão, de 4 (quatro) a 8 (oito) anos, e multa.

¹⁶ Art. 241º - Vender ou expor à venda fotografia, vídeo ou outro registro que contenha cena de sexo explícito ou pornográfica envolvendo criança ou adolescente: Pena – reclusão, de 4 (quatro) a 8 (oito) anos, e multa.

Continuamente na esfera penal, o Código de Direito Penal Brasileiro tardou ao versar sobre o direito à imagem, tendo em vista que só no ano de 2018, por meio da Lei nº 13.718 de 2018, é que houve uma modificação no referido código para incluir, no Capítulo II dos Crimes Sexuais Contra Vulnerável, o artigo 218-C que trata sobre a divulgação de cena de estupro ou de cena de estupro de vulnerável, de cena de sexo ou de pornografia:

Art. 218-C. Oferecer, trocar, disponibilizar, transmitir, vender ou expor à venda, distribuir, publicar ou divulgar, por qualquer meio - inclusive por meio de comunicação de massa ou sistema de informática ou telemática -, fotografia, vídeo ou outro registro audiovisual que contenha cena de estupro ou de estupro de vulnerável ou que faça apologia ou induza a sua prática, ou, sem o consentimento da vítima, cena de sexo, nudez ou pornografia: (Incluído pela Lei nº 13.718, de 2018)
Pena - reclusão, de 1 (um) a 5 (cinco) anos, se o fato não constitui crime mais grave. (BRASIL, 1940)

Ademais, outra modificação recente na referida norma trouxe de forma mais explícita a tutela à esse direito de personalidade. A Lei nº 15.123 de 2025 introduziu ao artigo 147-B, que trata sobre violência psicológica contra a mulher, o seu parágrafo único que, por sua vez, fez surgir a majorante de pena ao crime em questão se este for cometido “mediante uso de inteligência artificial ou de qualquer outro recurso tecnológico que altere imagem ou som da vítima.”¹⁷. Novamente é possível observar que o legislador optou por aumentar a esfera de proteção à imagem de uma parcela da sociedade mais vulnerável e exposta – no caso, as mulheres – se utilizando da última esfera de contenção dos litígios sociais, o Direito Penal (Sanches, 2020).

Para além da esfera criminal, agora dentro do ambiente digital, a legislação brasileira inovou com a promulgação do Marco Civil da Internet (Lei nº12.965/2014), responsável por estabelecer princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Embora não configure uma norma específica de proteção à imagem, o Marco Civil regula a atuação de usuários, provedores e demais agentes do ecossistema digital, visando equilibrar o exercício das liberdades individuais com a proteção de direitos fundamentais no ambiente virtual, destaca-se por promover a neutralidade da rede, a liberdade de expressão e a privacidade dos usuários como fundamentos da cidadania digital (Araújo; Sá; Oliveira, 2025).

Dentre os dispositivos da norma em análise, destacam-se aqueles que reforçam a

¹⁷ Art. 147-B. Causar dano emocional à mulher que a prejudique e perturbe seu pleno desenvolvimento ou que vise a degradar ou a controlar suas ações, comportamentos, crenças e decisões, mediante ameaça, constrangimento, humilhação, manipulação, isolamento, chantagem, ridicularização, limitação do direito de ir e vir ou qualquer outro meio que cause prejuízo à sua saúde psicológica e autodeterminação: Pena - reclusão, de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa, se a conduta não constitui crime mais grave. Parágrafo único. A pena é aumentada de metade se o crime é cometido mediante uso de inteligência artificial ou de qualquer outro recurso tecnológico que altere imagem ou som da vítima.

tutela do direito à imagem e à privacidade dos usuários, como o artigo 3^{o18}, incisos II e III, que asseguram a proteção à privacidade e aos dados pessoais como princípios essenciais da regulação da internet no país. Já o artigo 7^{o19}, em seus incisos IX e X, impõe regras claras quanto ao tratamento de dados no meio digital: exige o consentimento do titular para a coleta, uso e armazenamento de seus dados e garante ao usuário o direito de revogar essa autorização e requerer a exclusão de seus dados ao término da relação com o provedor (Brasil, 2018).

Além disso, o artigo 21²⁰ da referida lei representa uma importante salvaguarda à dignidade da pessoa humana ao prever que, nos casos de divulgação não consentida de imagens, vídeos ou conteúdos íntimos de natureza sexual, os provedores de aplicações devem remover o material indevido após simples notificação extrajudicial da vítima ou de seu representante legal. Essa regra se apresenta como uma exceção à lógica geral da responsabilidade civil na internet, disposta nos artigos 19 e 20²¹ do mesmo diploma legal e que exigem decisão judicial para a remoção de conteúdos, de modo que o legislador buscou conferir uma resposta célere e proporcional a situações especialmente lesivas à honra e à imagem dos usuários (Teffé, 2018).

Em complemento ao arcabouço normativo acima estabelecido, foi sancionada, em 2018, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018), que introduziu mudanças significativas no Marco Civil da Internet e trouxe transformações profundas no cenário da proteção de dados no Brasil (Gomes, 2024). A LGPD passou a representar o marco

¹⁸ Art. 3 A disciplina do uso da internet no Brasil tem os seguintes princípios: [...] II - proteção da privacidade; III - proteção dos dados pessoais, na forma da lei;

¹⁹ Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos: [...] IX - consentimento expresse sobre coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, que deverá ocorrer de forma destacada das demais cláusulas contratuais; X - exclusão definitiva dos dados pessoais que tiver fornecido a determinada aplicação de internet, a seu requerimento, ao término da relação entre as partes, ressalvadas as hipóteses de guarda obrigatória de registros previstas nesta Lei e na que dispõe sobre a proteção de dados pessoais.

²⁰ Art. 21 - O provedor de aplicações de internet que disponibilize conteúdo gerado por terceiros será responsabilizado subsidiariamente pela violação da intimidade decorrente da divulgação, sem autorização de seus participantes, de imagens, de vídeos ou de outros materiais contendo cenas de nudez ou de atos sexuais de caráter privado quando, após o recebimento de notificação pelo participante ou seu representante legal, deixar de promover, de forma diligente, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço, a indisponibilização desse conteúdo. Parágrafo único. A notificação prevista no caput deverá conter, sob pena de nulidade, elementos que permitam a identificação específica do material apontado como violador da intimidade do participante e a verificação da legitimidade para apresentação do pedido.

²¹ Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário. [...] Art. 20. Sempre que tiver informações de contato do usuário diretamente responsável pelo conteúdo a que se refere o art. 19, caberá ao provedor de aplicações de internet comunicar-lhe os motivos e informações relativos à indisponibilização de conteúdo, com informações que permitam o contraditório e a ampla defesa em juízo, salvo expressa previsão legal ou expressa determinação judicial fundamentada em contrário.

regulatório central para o tratamento de informações pessoais, inclusive dados sensíveis e imagens, consolidando princípios e diretrizes voltadas à transparência, à segurança e ao respeito à privacidade dos titulares. A norma instituiu regras específicas para o tratamento de dados pessoais e fortalece a exigência de consentimento para o uso destes, impondo obrigações técnicas e administrativas rigorosas às empresas, instituições e plataformas que coletam, processam e armazenam essas informações de modo que seja garantido a integridade e a proteção dos dados sob sua responsabilidade. Nesse ínterim, Parra (2022, p.10) ressigna:

Com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), a imagem do titular, tida como dado biométrico, passou a ser considerada dado pessoal sensível, recebendo tratamento especial, passível das punições previstas nesta Lei. Cabe enfatizar que a imagem de uma pessoa é dado pessoal, desde que seja possível identificá-la. Isso se aplica tanto a fotos quanto a vídeos. Com isso, o tratamento de fotografias e vídeos que retratem pessoas identificadas ou identificáveis deve respeitar os princípios e as regras da LGPD. Não apenas isso. A partir de uma imagem, de um dado em si, pode-se extrair outras informações relevantes sobre um indivíduo. Uma fotografia ou um vídeo que mostra uma pessoa rezando dentro de uma igreja, ou participando da reunião de um partido político, torna possível identificar a religião e as opiniões políticas dessa pessoa. Uma vez que informações relacionadas a convicções religiosas e opiniões políticas também são consideradas pela LGPD como dados pessoais sensíveis, ainda que a imagem em si não seja necessariamente um dado sensível, pode-se inferir dados sensíveis a partir dela.

Pontua-se que a legislação em questão será tratada no próximo capítulo deste trabalho com mais profundidade, haja vista a sua importância e aplicabilidade à imagem quando esta figura como um dado, bem como ao instituto do consentimento, que é, como já elucidado, ato indispensável ao uso e disposição da imagem de uma pessoa.

Prosseguindo na linha de influência do plano constitucional à proteção ao direito em questão, na esfera processual civil, além da reparação proporcional ao agravo, o ordenamento oferece instrumentos voltados à prevenção ou cessação da lesão, como a chamada ação inibitória que – embora esteja consignada expressamente na legislação, sua admissibilidade decorre da própria Constituição²² – pode ser proposta com o objetivo de impedir a divulgação ou continuidade do uso indevido da imagem. Nesse tipo de ação, é comum o pedido de tutela antecipada ou liminar com base, por exemplo, nos artigos 300²³ e 497²⁴ do Código de Processo Civil Brasileiro, para que a parte lesada obtenha decisão imediata que impeça a veiculação da imagem até o julgamento final do mérito (Brasil, 2015).

²² Art. 5º - [...] XXXV - A lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito.

²³ Art. 300º - A tutela de urgência será concedida quando houver elementos que evidenciem a probabilidade do direito e o perigo de dano ou o risco ao resultado útil do processo.

²⁴ Art. 497º - Na ação que tenha por objeto a prestação de fazer ou de não fazer, o juiz, se procedente o pedido, concederá a tutela específica ou determinará providências que assegurem a obtenção de tutela pelo resultado prático equivalente. Parágrafo único. Para a concessão da tutela específica destinada a inibir a prática, a reiteração ou a continuação de um ilícito, ou a sua remoção, é irrelevante a demonstração da ocorrência de dano ou da existência de culpa ou dolo.

Isso ocorre porque os direitos da personalidade não podem ser garantidos por uma tutela ressarcitória, isto é, que opere apenas após a violação do direito, tendo em vista que a natureza extrapatrimonial desses direitos exige a tutela ao direito do próprio bem (Maltinti, 2008). Ademais, essa medida é especialmente importante em casos envolvendo internet e redes sociais, onde a disseminação de imagens ocorre em larga escala e com velocidade incompatível com os trâmites processuais ordinários. Por fim, demonstra-se relevante o aludido mecanismo jurídico quando a jurisprudência coaduna com sua utilização, vejamos:

Ação inibitória fundada em violação do direito à imagem, privacidade e intimidade de pessoas fotografadas e filmadas em posições amorosas em areia e mar espanhóis – Esfera íntima que goza de proteção absoluta, ainda que um dos personagens tenha alguma notoriedade, por não se tolerar invasão de intimidades [cenas de sexo] de artista ou apresentadora de tv – Inexistência de interesse público para se manter a ofensa aos direitos individuais fundamentais [artigos 1º, III e 5º, V e X, da CF] – Manutenção da tutela antecipada expedida no agravo de instrumento nº 472.738-4 e confirmada no julgamento do agravo de instrumento nº 488.184-4/3 - Provento para fazer cessar a divulgação dos filmes e fotografias em websites, por não ter ocorrido consentimento para a publicação – Interpretação do art. 461, do CPC e 12 e 21, do CC, preservada a multa diária de R\$ 250.000,00, para inibir transgressão ao comando de abstenção.²⁵

Diante do todo exposto, torna-se mais fácil de compreender que, ao reconhecer a imagem como direito autônomo, dotado de valor moral e patrimonial, o sistema jurídico oferece um conjunto de mecanismos que vão além da mera repressão ao ilícito: buscam restaurar a integridade violada e reafirmar o respeito à individualidade e à subjetividade de cada pessoa, de modo que esse direito da personalidade possa ser preservado como aspecto fundamental da dignidade humana. Com base nessa premissa, conclui-se que a tutela do direito à imagem não se dá de forma homogênea, mas deve ser individualizada conforme as especificidades de cada grupo social.

Crianças e adolescentes, pessoas públicas, indivíduos em situação de vulnerabilidade ou pertencentes a outras minorias sociais são titulares de uma proteção que, embora universal em sua essência, exige abordagem diferenciada na prática, de modo a garantir que o respeito à imagem leve em conta fatores como autonomia, condição social, exposição pública, subordinação e desigualdade estrutural. Assim, a dignidade da pessoa humana, nesse cenário, se mostra como um ponto em comum nas diferentes formas de tratar o direito à imagem, além de se revelar como eixo de interpretação que determina a adequação e a intensidade da resposta jurídica diante de cada realidade, buscando, desse modo, sua

²⁵ SÃO PAULO. Tribunal de Justiça. Apelação Cível Nº 556.090.4/4-00. Apelante: Renato Aufiero Malzoni Filho e outra. Apelados: Youtube Inc. e outro. Relator: Des. Ênio Santarelli Zuliani. São Paulo, 12 de junho de 2008. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/ac/acordao_cicarelli.pdf>. Acesso em: 06 de junho de 2025.

máxima efetividade (Andrade, 2004).

Com o avanço da tecnologia e a consolidação das redes sociais e mídias digitais como espaços centrais de convivência e produção de conteúdo, surgem novos desafios à proteção da imagem. A era digital alterou profundamente as formas de exposição e captação da identidade pessoal, intensificando os riscos de violação e exigindo dos ramos do direito uma atualização contínua de seus mecanismos de tutela (Fontinele, 2025).

É justamente nesse contexto que se insere o próximo capítulo deste trabalho, o qual se propõe a examinar o uso da imagem no mundo digitalizado, com especial atenção às práticas empresariais em relação a um determinado grupo social: os trabalhadores.

3. O DIREITO DE IMAGEM NA ESFERA TRABALHISTA

As transformações ocorridas no ambiente digital nas últimas décadas, especialmente após o período pandêmico, redefiniram não apenas as formas de interação social, mas também as estratégias de comunicação empresarial e de marketing. A ascensão das redes sociais e a consolidação da cultura do engajamento permitiram às marcas estabelecer conexões mais diretas com os consumidores, privilegiando conteúdos humanizados, virais e autênticos (Dourado, 2024). Nesse cenário, a imagem dos próprios trabalhadores passou a ser incorporada às campanhas publicitárias, contribuindo para uma comunicação mais próxima e inovadora, mas também levantando importantes debates jurídicos sobre os limites dessa utilização.

O uso da imagem de empregados como recurso de marketing nas redes sociais, embora eficaz sob a ótica comercial, suscita controvérsias quanto à sua compatibilidade com os direitos fundamentais do trabalhador (Cani, 2024). As empresas, ao apostarem na viralização de conteúdos protagonizados por seus funcionários, frequentemente transpassam os limites do consentimento livre e informado, especialmente em ambientes marcados por subordinação e pressão hierárquica. O fenômeno da exposição digital, nesse sentido, revela a fragilidade do consentimento no âmbito trabalhista e desafia os marcos legais tradicionais a resguardarem, com efetividade, a dignidade do trabalhador (Melquiades; Azevedo, 2025).

Dessa forma, o presente capítulo propõe-se a analisar criticamente a utilização da imagem do empregado nas campanhas de marketing digital promovidas pelas empresas, investigando os aspectos legais, éticos e sociais envolvidos. A partir de uma abordagem que dialoga com os direitos da personalidade, o direito do trabalho e a legislação com enfoque na proteção dessas prerrogativas no âmbito digital, busca-se compreender as causas que levam a essa prática, como a lógica da visibilidade online afeta a autonomia do empregado, os limites ético-jurídicos do uso da imagem em ambientes virtuais vinculados à atividade laboral e os mecanismos de responsabilização disponíveis ao trabalhador frente à exploração indevida de sua imagem pelo empregador.

3.1 O uso da imagem do trabalhador como ferramenta de marketing digital nas redes sociais

Durante o período pandêmico da Covid-19 foi possível observar a ascensão das mídias sociais, da cultura do engajamento e da digitalização das relações, tendo em vista que, devido a medidas de restrição social e sanitária como *lockdown*, os indivíduos da sociedade passaram a buscar novos meios de integração e de comunicação entre seus pares como estratégia para manter as relações minimamente acesas (Berticelli, 2022). Como consequência disso, o mundo digital pós pandemia passou por grandes transformações: novas plataformas sociais surgiram intensamente, os influenciadores digitais cresceram como uma nova classe profissional e o marketing digital tornou-se uma estratégia de negócio indispensável.

Nesse contexto, as plataformas de interação social – principal reduto onde as transformações citadas anteriormente ocorreram e ainda ocorrem – transformaram radicalmente a forma de fazer publicidade (França; Maia, 2022). Se antes os materiais publicitários eram ainda fortemente divulgados nos meios tradicionais de comunicação das massas, como rádio, televisão e jornal, hoje eles estão predatoriamente na palma da mão por intermédio dos celulares e das redes sociais, conversando e interagindo diretamente com o seu receptor, moldando, logo, a forma de como vender, divulgar e fidelizar consumidores – de modo que os próprios meios de publicidade tradicional se reinventaram e passaram a integrar cada vez mais as mídias digitais atuais (Kotler; Kartajaya; Setiawan, 2017).

Plataformas de interação social, como TikTok e Instagram, passaram, segundo Gomes (2024), a ser as principais ferramentas de comunicação entre as empresas e os usuários, já que, por meio de vídeos curtos, objetivos e com lastro de pessoalidade que elas difundem, essas mídias sociais criaram um canal perfeito para uma comunicação contínua, de modo que os usuários pudessem expressar suas opiniões, compartilhar informações e recomendar produtos, gerando um espaço de troca social que é demasiadamente benéfico para as estratégias de marketing digital.

Telles (2010, p. 78) ainda complementa ao dizer que:

As redes sociais são ambientes que focam reunir pessoas, os chamados membros, que, uma vez inscritos, podem expor seus perfis com dados como fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidade de diversos assuntos.

O meio empresarial, portanto, passou a investir fortemente neste setor, sobretudo no marketing digital, definido, conforme Lora e Segarra (2013), como a utilização da internet como fonte de publicidade e divulgação com o objetivo de aumentar as vendas dos produtos oferecidos, enquanto Assad (2016, p. 15) complementa ensinando que o marketing digital é um “conjunto de ações de comunicação realizadas por meio da web, por meio de celulares,

tablets e notebooks, para divulgar e comercializar produtos e serviços de forma rápida e assertiva”.

Contudo, em um ambiente digital em constante mudança e com tendências que saturam muito mais rapidamente do que antes, as empresas logo entenderam que – uma vez que a reprodução das estratégias de uso de modelos profissionais ou personagens ficticiais não eram mais suficientes em vista que estas táticas se assemelhavam a publicidade tradicional e engessava a conexão com os usuários – seria necessário inserir um novo elemento às técnicas de marketing digital: a humanização, de acordo com Darzi (2024). Com isso, as estratégias de marketing digital passaram a possuir em sua equação a necessidade de serem o mais humanizadas possíveis, ou seja, possuir uma abordagem que objetive criar uma conexão mais próxima e autêntica entre marcas e consumidores, baseando-se em interesses, necessidades e emoções (Darzi, 2024).

É com base nessa nova perspectiva sobre as relações no meio digital que surge o conceito de Marketing 4.0 – formulado por Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) –, que propõe uma abordagem mais centrada no ser humano. Nesse modelo, as marcas deixam de ser apenas entidades comerciais e passam a adotar características e comportamentos próximos aos das pessoas, com o objetivo de se tornarem mais acessíveis e autênticas. Para isso, o marketing humanizado assume papel fundamental, buscando estabelecer um diálogo autêntico e convidativo com os usuários e, a partir dessa interação, transformá-los em clientes engajados e conectados com os valores da marca.

Para tanto – em uma perspectiva que valoriza rostos comuns, histórias reais e interações genuínas, apostando na pessoalidade como catalisadora do engajamento –, uma das formas mais eficazes de alcançar essa humanização se revela mostrando as pessoas por trás do negócio que divulga (Renaux, 2023). Seja por meio de criadores de conteúdo das redes sociais que – gravando e divulgando todo o seu dia a dia espontaneamente nas referidas redes – são selecionados e contratados pelas marcas para campanhas publicitárias, seja pelas táticas do empreendedor do mercado informal de registrar e divulgar – de maneira convidativa, despojada e, em alguns casos, até cômica – os seus produtos ou serviços (Souza *et al.*, 2014).

Conciliado a isso, Elcio Nacur Rezende (2009, *online*) complementa:

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.

Dessa forma, é possível aproximar os usuários que se relacionam com aquele indivíduo do produto ou serviço que este divulga direta ou indiretamente, uma vez que aqueles entendem que, na verdade, estão interagindo com uma outra pessoa igual a eles e não necessariamente com uma marca ou empresa (Kotler; Kartajaya; Setiawan, 2017) – o que deixa a comunicação e a conversão de usuário em cliente muito mais fluida.

Empresas e marcas dos mais diversos segmentos passaram a ver, portanto, na humanização do marketing digital, uma oportunidade de promover seus produtos e serviços de maneira mais direta e pessoal. Entretanto, essa oportunidade veio, em algumas ocasiões, acompanhada da utilização de seus próprios empregados como parte integrante dessas estratégias e como símbolos da identidade organizacional e da experiência de marca, conforme ensina Rafael Teixeira Ramos (2022). Nesse cenário os trabalhadores são convertidos em “embaixadores da marca”, passando a atuar não apenas como executores de suas funções contratuais, mas também como representantes visuais e simbólicos da empresa.

A lógica por trás dessa tendência descende do próprio marketing humanizado, isto é, reside na percepção de que o consumidor contemporâneo não se conecta apenas com produtos, mas com valores, identidades e experiências, como lembra Santos (2024). Desse modo, mostrar os rostos por trás dos serviços prestados ou dos produtos fabricados seriam, para as marcas, uma forma de humanizar a comunicação virtual e aumentar a confiança do público, gerando pertencimento e lealdade, o que, por sua vez, são convertidos em clientes e vendas (Renaux, 2023). Assim, empregados passam, por exemplo, a participar de vídeos promocionais, compartilham bastidores, protagonizam campanhas sazonais e, muitas vezes, colaboram na criação de conteúdo com grande alcance digital.

Atrelado a esta última característica – o grande alcance digital –, é possível observar, dentro do ambiente digital como um todo, o afã pela “viralização” e pelo aumento de seguidores (Zainaghi, 2022), de modo que curtidas, compartilhamentos e visualizações tornaram-se métricas de validação social, transformando conteúdos, comportamentos e até mesmo identidades em produtos de consumo simbólico e instantâneo.

Nesse cenário, a “viralização” se constitui pela alta performance de um conteúdo na internet de se propagar com velocidade, rompendo as barreiras da audiência comum e atingindo grandes quantidade de usuários, adquirindo, assim, valor simbólico e autêntico – e em alguns casos econômico – (Mendes Júnior; Costa, 2014), levando, como consequência, ao aumento de seguidores nas redes sociais. Assim, percebe-se que o desejo de viralizar se converte em objetivo explícito para influenciadores digitais, marcas, empresas e também

indivíduos comuns, que veem nas redes sociais uma possibilidade de uma alta projeção da sua imagem e/ou do impulsionamento de vendas

Nesse contexto, surge outra estratégia de marketing digital igualmente relevante ao mundo corporativo: o marketing viral atrelado à “economia da atenção”. Enquanto o marketing humanizado é pautado na prática de criar uma comunicação mais pessoal e autêntica com o público, o marketing viral possui seu êxito na lógica algorítmica das plataformas digitais em dar destaque aos conteúdos que despertem reações, sejam chamativos – por vezes polêmico ou caricatural –, gerem identificação e motivem, sobretudo, o compartilhamento (Guitarrari, 2018). Ademais, como foi possível evidenciar ao longo da exposição, o ambiente digital, especialmente as redes sociais, constitui o espaço ideal para a propagação de um conteúdo viral, pois oferece velocidade de circulação, personalização do alcance e baixo custo de distribuição (Reichert; Casagrande; Rambo, 2018).

Quanto à “economia da atenção”, esta é definida por Aldrey Olegário *et al.* (2021, *online*) como:

Uma forma de gerenciar informações e tratar a atenção humana como um bem escasso. Cunhado pela primeira vez em 1971 pelo economista, psicólogo e cientista político, Herbert Alexander Simon, o termo explica como a atenção pode ser capitalizada e tratada como uma mercadoria.

Em outras palavras, dentro do panorama das redes sociais, essa estratégia se apoia justamente na captura dos dados, do tempo e da subjetividade dos usuários, de modo que a atenção humana pode ser capitalizada e tratada como uma mercadoria, convertendo engajamento em lucro para aqueles que divulgam e sendo peça chave para a construção de publicidades no meio digital, principalmente em um tempo em que a atenção humana se torna cada vez mais dispersa, conforme fundamentam Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017, p. 200):

Uma pesquisa do National Center for Biotechnological Information mostra que o intervalo de atenção humana médio caiu de 12 segundos, em 2000, para 8 segundos em 2013. Isso pode ser atribuído ao volume maciço e esmagador de mensagens que constantemente bombardeiam nossos dispositivos móveis conectados e exigem atenção instantânea.

No meio da publicidade empresarial, essas estratégias ganham destaque à medida que o sucesso de uma campanha viral está intrinsecamente ligado à sua capacidade de prender a atenção, ser amplamente compartilhado entre indivíduos motivados e alterar significativamente as percepções e comportamentos dos usuários, de forma a impactar profundamente o mercado-alvo (Gomes, 2024).

A título de exemplo, essas táticas descritas acima podem ser traduzidas por meio da utilização de “memes”, entendidos como aqueles conteúdos que, uma vez operando dentro da lógica da cultura participativa, são criados, recriados e ressignificados constantemente pelos usuários da internet ao passo que geram conexão e, conseqüentemente, prendem atenção dos receptores e agarram-se ao imaginário coletivo, sendo ao mesmo tempo conteúdo e linguagem (Mari Jr; Michelin, 2019). Essa flexibilidade semântica permite que empresas se apropriem de memes – ou os crie – para transmitir mensagens institucionais, promover produtos ou serviços e reafirmar seu posicionamento de marca.

Dentro desse quadro revelado, muitos usuários acabam participando de vídeos, desafios e exposições públicas com o objetivo de atrair atenção e capital social, na tentativa de “viralizar” ou até serem reconhecidos como “memes” nas redes sociais, ainda que isso possa custar a sua própria dignidade, intimidade ou imagem (Paiva, 2018). Isso ocorre porque estas táticas de marketing acabam, por vezes, a sair da esfera de controle do indivíduo que divulga, tendo em vista que, uma vez publicado, o conteúdo viral perde o controle de alcance e pode gerar múltiplas interpretações, algumas delas distorcidas da realidade, conforme exemplifica Paiva (2018).

Inserido dentro desse cenário, pode-se observar que essa realidade também afeta as relações laborais (Caní, 2024), tendo em vista que muitas empresas têm aderido à lógica das redes sociais e investindo na produção de vídeos com potencial de viralização — isto é, capazes de alcançar um grande número de usuários. Para isso, recorrem a conteúdos cômicos, chamativos emocionalmente envolventes ou apelativos, muitas vezes protagonizados pelos próprios empregados, com o objetivo de atrair a atenção do público e converter usuários em consumidores (Gomes, 2024).

Para exemplificar, foram selecionados alguns vídeos publicados nas redes sociais TikTok e Instagram e que traduzem a utilização das técnicas descritas anteriormente como forma de alcançar maior engajamento e visibilidade aos perfis das marcas que divulgam.

O primeiro vídeo em amostra foi publicado pelo perfil Tamara Agropecuária na plataforma TikTok (2025, *online*) e se inicia com um gorila correndo e deslizando sobre o chão, de modo que, ao chegar próximo do vidro de contenção que separa seu habitat do passeio em que se encontram os visitantes, o animal vira-se de costas e seus glúteos vão de encontro com a câmera da pessoa que o grava. Logo em seguida a cena muda para o rosto da funcionária – pintado totalmente de preto para simular os glúteos do animal e suavizar a transição entre um clipe e outro – enquanto esta encontra-se projetando os lábios em expressão para simular as partes íntimas do primata. Em questão de segundos, após a

transição de um clipe para o outro, a funcionária abre a boca para quebrar a expectativa do usuário, que achava ainda está vendo as áreas íntimas do animal, e passa a anunciar um produto que segura em suas mãos. Essa publicação atingiu uma taxa de 9,7 milhões de visualizações, 954,4 mil curtidas e 353,2 mil compartilhamentos.

Em outra publicação analisada, realizada pelo perfil Moda Versátil Brasil (2025, *online*) e publicado na plataforma TikTok, a empregada, com feições de desconforto, simula uma queda, com o intuito de elaborar uma transição com o vídeo inicial (no caso, um clipe em que um garoto pisa e cai em um córrego ao se distrair), e em seguida divulga as roupas da loja em que trabalha de forma pouco animada. Este vídeo, por sua vez, alcançou métricas totais de 655,5 mil visualizações, 20 mil curtidas e mais de 3 mil compartilhamentos.

Nessa ordem de ideais exemplificativas, outros dois vídeos geraram bastante engajamento na plataforma Instagram. O primeiro, postado pelo perfil Santa Inês Pneus (2025, *online*), começa com dois empregados fazendo simultaneamente uma atividade que, evidentemente, só caberia a um deles, em contraste com a legenda do vídeo que diz “Chefe: isso não é trabalho para duas pessoas”. O clipe em questão alcançou as taxas de 1,9 milhões de visualizações, 78,8 mil curtidas e 56,8 mil compartilhamentos.

Quanto à segunda mídia, postado pelo perfil Martins Supermercados (2023, *online*), traz, por sua vez, a legenda “Patrão: precisamos aumentar a venda do setor de limpeza” e se inicia com os funcionários, em aprovação ao determinado pelo empregador na referida legenda, dançando e dublando a música Vida de Empreguete, sucesso na telenovela brasileira Cheias de Charme produzida e exibida pela emissora TV Globo no ano de 2012 – telenovela esta que, em um aparente contrassenso, retrata as dificuldades das diaristas, empregadas domésticas e trabalhadores no geral de possuírem seus direitos trabalhistas reconhecidos e respeitados (Rocha, 2016).

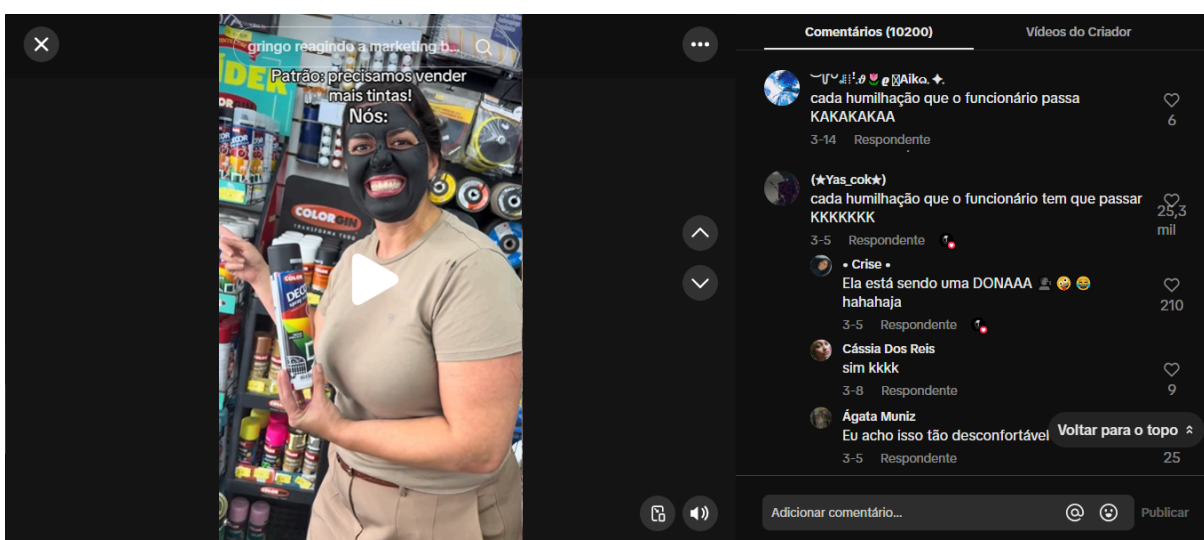
Todos os exemplos ora abordados destacam a realidade em que, em muitos ambientes de trabalho, os trabalhadores são incentivados ou mesmo pressionados a participar de conteúdos digitais voltados à promoção da empresa nas redes sociais, seja pelo caráter mais humanizado que isso traz a marca do empregador, seja em uma tentativa de “viralizar” a publicidade corporativa feita pelo empregado, de modo que, em ambos os casos, a imagem, nome ou missão da entidade em questão passe a ganhar destaque nas mídias sociais em detrimento, muitas vezes, da privacidade, honra e imagem do trabalhador. O medo de não estar alinhado com a cultura corporativa ou de sofrer retaliações, leva muitos trabalhadores a gravar vídeos, dançar, realizar desafios, expor a própria imagem e se engajar em ações de

comunicação da empresa que estão admitidos, mesmo que isso ultrapasse o escopo de suas atividades, seja pejorativo a sua imagem ou contraria sua vontade (Oliveira *et al.*, 2025).

Essa linha de pensamento se torna expressivamente evidente quando é perpetuada, também, no cotidiano dos consumidores e usuários do meio digital. Em todas as mídias detalhadas é possível identificar uma interação genuína entre os usuários na seção de comentários das respectivas redes sociais. Nela é possível contemplar não só o alto engajamento objetivado pelo perfil corporativo que divulgou o vídeo, que se perfaz pelo grande número de comentários, como também a identificação de alguns usuários com as cenas performadas: alguns achando engraçado, outros reconhecem que já passaram pela mesma situação que os empregados do vídeo em questão e os demais tecendo opiniões quanto a postura dos funcionários nas respectivas filmagens. Por outro lado, foi igualmente possível constatar o questionamento de alguns usuários quanto a utilização dos funcionários nas peças publicitárias, seja pela apelatividade, seja pela possibilidade de participação forçada dos empregados na gravação das mídias.

Na Figura 1, referente ao vídeo postado pelo perfil Tamara Agropecuária no TikTok, pode-se observar que dois usuários tecem comentários muito parecidos ao afirmarem que a funcionária passa por uma humilhação ao gravar o vídeo – muito provavelmente pelo caráter apelativo deste, como detalhado anteriormente –, enquanto um outro usuário afirma achar a cena desconfortável. Vejamos:

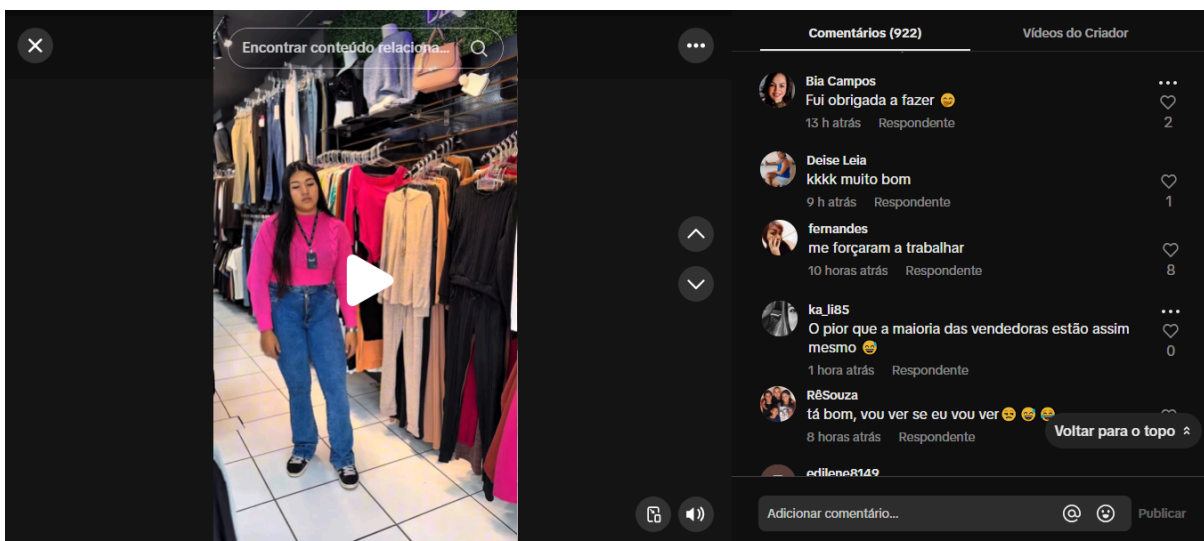
Figura 1 - Seção de comentários do vídeo postado pelo perfil Tamara Agropecuária



Fonte: Captura de tela da seção de comentários de vídeo postado pelo perfil Tamara Agropecuária na plataforma TikTok (2025).

Na Figura 2, quanto ao vídeo postado pelo perfil Moda Versátil Brasil no Tiktok, a linha de pensamento se reflete quando é possível identificar que outros dois usuários cometam as frases “Fui obrigada a fazer” e “Me forçaram a trabalhar”:

Figura 2 - Seção de comentários do vídeo postado pelo perfil Moda Versátil Brasil



Fonte: Captura de tela da seção de comentários de vídeo postado pelo perfil Moda Versátil Brasil na plataforma TikTok (2025).

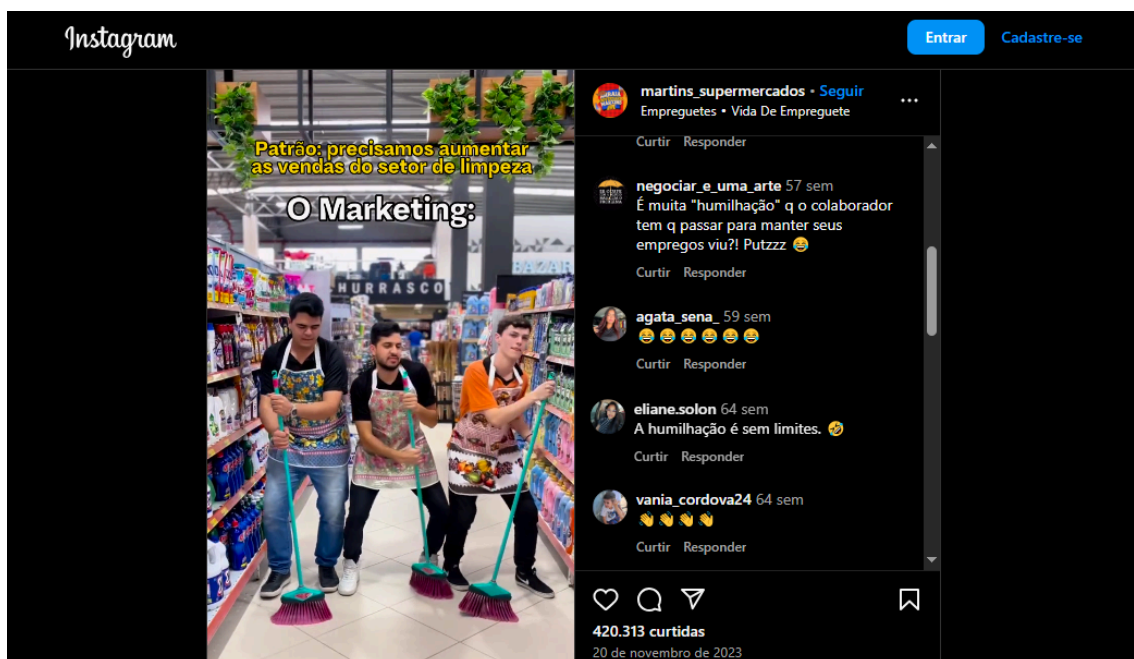
Não obstante, nas Figuras 3 e 4, referentes às mídias postadas, respectivamente, pelos perfis Santa Inês Pneus e Martins Supermercados, ambos no Instagram, é igualmente possível identificar questionamentos dos usuários. Na figura 3, apesar da intenção humorística e de marketing, um dos comentários em destaque sugere que o colaborador pode ter sido pressionado a gravar o conteúdo. Essa interpretação reforça a ideia de que, mesmo que o vídeo aparente espontaneidade, há dúvidas sobre a real voluntariedade da participação do empregado, principalmente em razão da relação de subordinação presente no vínculo de trabalho. Na figura 4, por sua vez, um dos comentários aponta que a gravação representaria uma forma de humilhação que o funcionário aceita para manter seu emprego. Esse tipo de manifestação reforça a tese de que a participação do trabalhador em conteúdos publicitários pode não ser fruto de livre e genuína escolha, mas sim de um consentimento fragilizado, condicionado pela hierarquia e pela dependência econômica. Vejamos:

Figura 3 - Seção de comentários do vídeo postado pelo perfil Santa Inês Pneus



Fonte: Captura de tela da seção de comentários de vídeo postado pelo perfil Santa Inês Pneus na plataforma Instagram (2025).

Figura 4 - Seção de comentários do vídeo postado pelo perfil Martins Supermercados



Fonte: Captura de tela da seção de comentários de vídeo postado pelo perfil Martins Supermercados na plataforma Instagram (2025).

As manifestações dos usuários nas mídias analisadas demonstram, de forma cristalina, como o tema abordado neste estudo transpõe a seara literária e científica, de modo que evidencia sua recorrência na prática cotidiana e a carência de informação jurídica sobre o assunto. Ao fim, diante de todo o exposto, é possível depreender que o marketing digital e

suas estratégias de propagação passam a ser não só meras ferramentas publicitárias do meio empresarial, mas também um dos principais fatores desencadeadores da utilização da imagem do trabalhador em publicidades corporativas.

Tanto o marketing humanizado, quanto o marketing viral, como ferramentas por meio do qual a imagem do empregado é explorada, embora eficazes sob a ótica mercadológica, levantam uma série de questões jurídicas e éticas (Silva *et al.*, 2024), como: quais os limites que a exposição da imagem do colaborador está sujeita, se haverá ou não compensação adequada pela atividade desempenhada na transformação do colaborador em peça de campanha publicitária e se utilização da imagem deste pode ou não ser presumida como atividade decorrente e natural do vínculo empregatício, uma vez que linha que separa o engajamento voluntário da exposição forçada é, muitas vezes, tênue, especialmente em ambientes marcados pela subordinação hierárquica (Schio; Villatore, 2012).

De todo modo, independente dos questionamentos que surjam nesse âmbito, é indispensável que a valorização do capital humano no marketing digital seja acompanhada da valorização jurídica e ética da personalidade dos sujeitos em questão. Conforme ensina Oliveira *et al.* (2025), o trabalhador, enquanto pessoa dotada de dignidade e titular de direitos fundamentais, não pode ser reduzido a mero instrumento de comunicação institucional e, portanto, o uso de sua imagem deve respeitar os limites legais e observar os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, da proteção aos direitos da personalidade e da autonomia da vontade, como igualmente exemplificado no capítulo anterior deste trabalho.

Quanto a esta última característica, no contexto das relações laborais, observa-se que essa autonomia pode ser fragilizada pela existência de uma relação de subordinação (Pinto, 2024), o que exige uma atenção maior quanto à validade do consentimento na utilização da imagem do empregado em peças publicitárias. O exercício do poder diretivo do empregador, por exemplo, embora reconhecido como prerrogativa legítima para organizar e administrar a atividade empresarial, não pode se sobrepor a não autorização do empregado quanto ao uso de sua imagem, uma vez que encontra limites claros nos direitos da personalidade, especialmente quando a imagem do trabalhador é explorada para fins institucionais, promocionais ou comerciais (Oliveira *et al.*, 2025). Portanto, num cenário em que a exposição digital se consolidou como um instrumento estratégico de fortalecimento de marcas, torna-se indispensável refletir sobre os limites que os empregadores devem se atentar ao utilizar seus colaboradores como figuras centrais em campanhas publicitárias e quais são as prerrogativas previstas aos trabalhadores na cessão de sua imagem.

3.2 A aplicação da legislação cível frente à lacuna no campo laboral

Como retratado previamente, as redes sociais – criadas originalmente para promover conexões pessoais – evoluíram e passaram a desempenhar um papel estratégico no universo corporativo. Empresas de diferentes segmentos e tamanhos passaram a utilizar essas plataformas como canais de divulgação, construção de reputação institucional e fortalecimento do vínculo com seus consumidores. Contudo, essa transformação na lógica comunicacional também repercutiu diretamente nas relações de trabalho, sobretudo no que se refere à utilização da imagem dos funcionários em conteúdos produzidos e veiculados online.

Apesar de o arcabouço legal brasileiro elencar diversas normas protetivas e compensatórias quanto à violação do direito de imagem, no contexto trabalhista essa transgressão torna-se ainda mais sensível, sobretudo porque o ato do consentimento sofre restrições no âmbito laboral (Ramos, 2022). Seja, timidamente, pelo fato da Consolidação das Leis Trabalhistas não trazer, expressamente, norma relacionada a utilização da imagem desse grupo vulnerável – os trabalhadores – pelo empregador e, se possível, como isso poderia se concretizar na prática; seja, fortemente, por envolver a relação de subordinação que é inerente ao vínculo trabalhista (Oliveira *et al.*, 2025).

Quanto à proteção da imagem no referido diploma trabalhista, a deficiência que a ausência expressa de tutela à esse direito causa é, em parte, mitigada porque, ainda segundo os autores citados anteriormente, mesmo que o vácuo legislativo gere uma falta de proteção específica a este grupo vulnerável e abra espaço para questionamento e fragilização da proteção à imagem do trabalhador, esse direito não fica totalmente desguarnecido, uma vez que os direitos da personalidade prevalecem sobre normas omissas – conforme estabelece o artigo 5º²⁶, § 2º, da Constituição Federal, que assegura a aplicação de direitos implícitos (Brasil, 1988). Ademais, por não haver previsão específica e sistematizada sobre a utilização da imagem do trabalhador na seara laboral, aplica-se, conforme determina a CLT²⁷, à proteção

²⁶ Art. 5º - Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] § 2º Os direitos e garantias expressos nesta Constituição não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios por ela adotados, ou dos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte.

²⁷ Art. 8º - As autoridades administrativas e a Justiça do Trabalho, na falta de disposições legais ou contratuais, decidirão, conforme o caso, pela jurisprudência, por analogia, por equidade e outros princípios e normas gerais de direito, principalmente do direito do trabalho, e, ainda, de acordo com os usos e costumes, o direito comparado, mas sempre de maneira que nenhum interesse de classe ou particular prevaleça sobre o interesse público. § 1º O direito comum será fonte subsidiária do direito do trabalho.

desse direito a interpretação integrada de normas esparsas da esfera cível, complementada pela jurisprudência e doutrina trabalhista (Oliveira *et al.*, 2025).

A título de exemplo da influência da esfera cível na proteção da imagem do trabalhador, pode-se ressaltar a reprodução, pela doutrina trabalhista (Delgado, 2019, p. 779), do mesmo que é lecionado pelo Código Civil Brasileiro quanto à violação desse direito. Vejamos:

A imagem da pessoa humana trabalhadora pode ser violada de duas maneiras: de um lado, por meio da agressão ao próprio patrimônio moral do ser humano, de modo a lhe atingir também a imagem, sua projeção em relacionamentos próximos e no cenário da comunidade (é o que ocorreria, por exemplo, com injusta e despropositada acusação de ato ilícito feita pelo empregador a seu empregado). De outro lado, por meio da utilização não autorizada ou não retribuída da imagem do indivíduo. É o que prevê o art. 20 do CCB/2002, que estipula indenização pelo uso irregular da imagem [...].

Sob essa ótica, observa-se que o direito à imagem do trabalhador passa a ser, portanto, tutelado pela Constituição Federal e por uma série de normas infraconstitucionais, como o Código Civil, legislações estas que preocupam-se em resguardar os direitos da personalidade – logo, à imagem – traçando diretrizes gerais para sua disposição e reparação em caso de transgressão – vide capítulo primeiro. Contudo, para além das normas protetoras e reparatorias já citadas, nos últimos anos o campo cível passou a debruçar-se em legislações que salvaguardassem os direitos da personalidade na esfera digital, proteção que também se aplica às relações trabalhistas, como será visto mais à frente. A título de exemplo, a Lei Geral de Proteção de Dados, instituída pela Lei nº 13.709/2018, além de representar um marco normativo fundamental na consolidação dos direitos da personalidade na era da informação, trouxe relevância ao instituto do consentimento em seu texto legal (Ramos, 2022).

3.2.1 A aplicabilidade da LGPD no âmbito do uso da imagem do trabalhador

Inspirada em legislações internacionais, especialmente no Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia (RGPD) ou *General Data Protection Regulation*, a LGPD estabelece princípios, direitos e obrigações para o tratamento de dados pessoais por pessoas naturais ou jurídicas, de direito público ou privado, no território nacional (Alcântara, 2021). Seu objetivo central é garantir o direito à privacidade, à liberdade, à inviolabilidade e à autodeterminação informativa dos cidadãos, assegurando que seus dados sejam coletados, armazenados, compartilhados e utilizados de forma ética, transparente e segura, conferindo ao titular dos dados um maior controle sobre suas informações, como as prerrogativas de acessar,

corrigir ou se opor ao tratamento, revogar consentimentos e requerer a exclusão de seus dados pessoais (Brasil, 2018).

A importância da LGPD decorre da crescente dependência das tecnologias de informação no cotidiano pessoal, profissional e comercial e, por consequência, do crescente volume de dados circulando em ambientes digitais e da fragilidade no tratamento destes, conforme exemplifica Alcântara (2021). Isso levou à imprescindível necessidade de proteção da personalidade mediante a regulamentação sobre os dados pessoais, uma vez que, como resigna Gomes (2024), reconhecendo que a integridade das informações pessoais é crucial para a dignidade e autonomia do indivíduo, a tutela desses dados passa a ser uma extensão da proteção dos direitos de personalidade como um todo, porquanto, sem haver uma regulação adequada, os dados pessoais se tornariam vulneráveis a usos abusivos, vazamentos, vigilância indevida e outras formas de violação de direitos fundamentais no ambiente digital.

Sob essa perspectiva, a LGPD traz em seu artigo 5º²⁸ as definições para o que é considerado “dado”, as quais, para melhor compreensão deste trabalho, serão abordadas em duas: a aceção de dado pessoal e de dado pessoal sensível. O primeiro refere-se a qualquer informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável, enquanto o segundo é caracterizado por ser um dado pessoal relacionados a características da personalidade do indivíduo ou suas escolhas pessoais, como origem racial ou étnica; convicção religiosa; opinião política; filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político; dado referente à saúde ou à vida sexual e dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural (Brasil, 2018).

Quanto aos dados pessoais, Ramos (2020) complementa ao referir-se a estes como qualquer tipo de informação que possa identificar determinada pessoa, ainda que o vínculo não seja estabelecido de maneira imediata, não havendo, portanto, um rol taxativo do que é considerado dado pessoal – de modo que estes podem ser traduzidos como: nome e sobrenome, números de telefone, dados de localização, perfis de compras, número do *Internet Protocol* (IP), dados acadêmicos, histórico de compras, etc.

Ademais, ainda no campo das definições, em relação à figura do “controlador” e ao processo de “tratamento de dados”: aquele é conceituado como pessoa natural ou jurídica – de direito público ou privado – a quem competem as decisões referentes ao tratamento de

²⁸ Art. 5º - Para os fins desta Lei, considera-se: I - dado pessoal: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável; II - dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.

dados pessoais do titular; enquanto o processo é definido como toda e qualquer operação, automatizada ou não, realizada com dados pessoais (Brasil, 2018).

Dentro dessas definições, portanto, a imagem de uma pessoa, quando captada, armazenada, tratada ou divulgada de forma que permita sua identificação, se enquadra nos conceitos citados e estará sujeita às regras de coleta, uso, tratamento e compartilhamento estabelecidas pela referida norma (Oliveira *et al.*, 2025). Conciliado a isso, o artigo 2º²⁹ da LGPD determina, expressamente, que o regimento da proteção de dados pessoais possua como seus fundamentos a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem, bem como o respeito aos direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais (Brasil, 2018).

Assim, entendendo como a imagem de uma pessoa pode se tornar um dado – e este, por sua vez, é tutelado pelo ordenamento jurídico –, passasse a análise do instituto do consentimento no marco legal da proteção de dados. Como já reverberado, a LGPD trouxe ainda mais destaque ao ato de consentir no cenário legal brasileira, uma vez que a norma em questão é taxativa ao afirmar que o tratamento de dados pessoais será realizado mediante o fornecimento de consentimento pelo titular do dado tratado, conforme seu artigo 2º³⁰, além de definir este instrumento como uma manifestação livre, informada e inequívoca por meio da qual o titular compactua com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade específica (Brasil, 2018).

A norma em questão, de modo complementar, ainda determinar que o consentimento provido pelo titular para o tratamento de seus dados deverá ser fornecido por escrito, devendo constar em cláusula destacada das demais cláusulas contratuais, ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular – cabendo ao controlador do dado tratado o ônus da prova de que o consentimento foi obtido em conformidade com o disposto na legislação, sendo vedado o tratamento de dados pessoais mediante vício de consentimento –, além de determinar que o ato de consentir do titular recaia sobre a finalidades específicas, de modo que autorizações genéricas para o tratamento de dados pessoais serão nulas (Brasil, 2018).

Torna-se necessário pontuar que as exceções às exigências supramencionadas se darão nos casos em que o tratamento do dado – e, por conseguinte, da imagem – for

²⁹ Art. 2º - A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos: IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem.

³⁰ Art. 7º - O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses: I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;

necessário para cumprir obrigação legal, exercer direitos em processo judicial ou atender a interesse público, desde que respeitados os direitos e liberdades do titular (Brasil, 2018).

Por fim, quanto aos atributos do consentimento, de acordo com Gomes (2024), este é "livre" quando o titular tem autonomia para autorizar ou não o tratamento de seus dados, sem coação ou retaliações em caso denegatório. É "informado" quando está à disposição do titular todas as informações relevantes e necessárias sobre o tratamento a ser realizado. E, além disso, é "inequívoco" quando a vontade do titular para consentir é clara e sem dúvidas sobre a aceitação das condições para o tratamento dos dados, evitando qualquer ambiguidade ou incerteza.

Esse arranjo protetivo em torno do consentimento compactua com o já explanado pela doutrina cível, uma vez que este instituto se torna o elemento central do suporte fático do ato jurídico em sentido amplo (Mello, 2000), ou seja, é indispensável à validade de qualquer negócio jurídico entre partes, inclusive quanto à disposição da imagem alheia como um dado, tendo em vista que o ato de consentir ou autorizar é um importante delimitante da exploração desse direito por outrem (Almeida *et al.*, 2021).

Suplementarmente, a LGPD ainda traz em seu âmbito princípios norteadores para sua aplicação e que fortalecem a validade do consentimento, sobretudo diante de lacunas legislativas inerentes a qualquer realidade fática. Como bem aponta Ronald Dworkin (2002), os princípios surgem do reconhecimento de que, em um ordenamento jurídico formado apenas por regras, a ausência de norma específica para determinado caso concreto obrigaria o julgador a criar uma nova regra para cada situação. Nesse cenário, os princípios atuam como diretrizes fundamentais, extraídas da própria estrutura normativa, que orientam a interpretação e aplicação do Direito, expressando a vontade sistemática do ordenamento jurídico e conferindo-lhe coerência e completude. Desse modo, a legislação de proteção de dados abarca em seu texto princípios que são verdadeiros eixos valorativos para a sua fiel cumprimento (Ramos, 2020), tendo sido expressamente enumerados em seu artigo 6º³¹.

³¹ Art. 6º - As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios: I - finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades; II - adequação: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento; III - necessidade: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados; [...] VI - transparência: garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial; VII - segurança: utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão

Dentre eles, aqueles que mais se destacam, conforme ilustra Alcântara (2021), são: *finalidade*, ou seja, o dado de uma pessoa deve ser compatível com o propósito específico e previamente informado, vedando-se o aproveitamento indiscriminado ou desvinculado do consentimento inicial; *adequação*, isto é, o tratamento deve ser compatível com as finalidades informadas ao titular, respeitando o contexto no qual os dados foram coletados; *necessidade*, segundo o qual o tratamento de dados pessoais deve se restringir ao mínimo necessário para o cumprimento de sua finalidade; *transparência*, de modo os titulares devam ser informados de maneira clara, precisa e acessível sobre as práticas de tratamento de seus dados, inclusive quanto aos responsáveis envolvidas; e *segurança*, que impõe ao controlador o dever de adotar medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados, vazamentos, perdas, alterações ou qualquer tratamento impróprio ou ilícito (Brasil, 2018).

Conciliado a isso, frisa-se que os princípios arrolados na legislação protetiva de dados coadunam-se, de modo bastante evidente, com os princípios estruturantes do Direito do Trabalho, especialmente quanto ao princípio da proteção, da primazia da realidade e da irrenunciabilidade de direitos, confirmando, mais uma vez, um campo fértil para a aplicação da LGPD nas relações laborais.

Quanto ao primeiro – o princípio da proteção ou princípio da condição mais benéfica –, este rege toda a lógica do Direito do Trabalho, partindo do reconhecimento das desigualdades entre o empregado e o empregador, de modo que na elaboração, interpretação e aplicação de normas, ou seja, nas situações fáticas, onde surgindo divergências de entendimentos, será buscado estabelecer o mais benéfico ao trabalhador, além de resguardar que todas as prerrogativas e direitos já alcançados pelo obreiro, sendo estas mais favoráveis, não poderão ser alteradas (Araújo, 2017).

Da mesma forma, a LGPD também parte da premissa de que o titular dos dados – no caso, o trabalhador – encontra-se em situação de vulnerabilidade informacional frente ao controlador – o empregador –, advindo do desequilíbrio de poder na relação empregatícia, exigindo, portanto, uma regulação que limite os abusos e assegure o respeito à dignidade da pessoa humana (Ramos, 2020). Nesse sentido, assim como o Direito do Trabalho impõe normas imperativas para equilibrar a relação contratual, a LGPD impõe obrigações rígidas quanto ao tratamento de dados pessoais, incluindo o dever de informar, obter consentimento válido e garantir transparência

O princípio da primazia da realidade, por sua vez, estabelece que, em caso de conflito entre a forma e o conteúdo da relação empregatícia, deve prevalecer a realidade dos

fatos (Rodriguez, 2000). Esse princípio é fundamental quando se analisa, por exemplo, a validade do consentimento do empregado para o uso de seus dados ou de sua imagem, como ensina Camila Jarahy (2020). Embora um termo formal possa ter sido assinado, a realidade de subordinação, as tentativas de mascarar a finalidade e adequação do tratamento de dados ou a ausência de liberdade real na escolha tornam esse consentimento não autêntico, o que vai de encontro com o artigo 8^o³² da LGPD, que exige que o consentimento seja livre, informado e inequívoco, de modo que vícios de assentimento podem acarretar a responsabilização do controlador.

Já o princípio da irrenunciabilidade de direitos impede que o trabalhador abra mão de garantias mínimas estabelecidas pelas normas de ordem pública e pelo contrato (Delgado, 2019). Esse princípio encontra eco na LGPD, ao assegurar que o titular não pode ser compelido a renunciar a seus direitos sobre os dados pessoais como condição para manutenção do vínculo empregatício ou acesso a benefícios. Isso reforça que a proteção de dados é também um direito indisponível, que não pode ser objeto de renúncia tácita ou coação institucional, mesmo sob a forma de consentimento (Ramos, 2020).

Portanto, ao observar-se a clara compatibilidade entre os fundamentos da LGPD e os princípios do Direito do Trabalho, torna-se inequívoca a aplicabilidade da referida norma protetora de dados ao âmbito das relações laborais, de modo que – o titular de dados assumindo a figura do empregado e o empregador sendo personificado no papel de controlador dos dados – a atenção no tratamento dos dados dos trabalhadores não poderá seguir, portanto, diretrizes diferentes daquelas determinadas pela LGPD, quais sejam: consentimento; finalidade específica, adequada e necessária; transparência e segurança, conforme destaca Lima, Alcassa e Pappert (2022).

Entretanto, apesar da convergência normativa acima exemplificada e da observância obrigatório da LGPD imposta à toda ação que envolva o tratamento de dados, a aplicação da referida legislação nas relações de trabalho enfrenta desafios relevantes, sobretudo quanto à validade do consentimento que é dado pelo empregado para o uso de sua imagem, devido, como já pontuado, à posição de hipossuficiência do trabalhador em relação ao empregador, de modo que o consentimento ocorra, muitas vezes, sob algum grau de pressão, seja implícita ou explícita, comprometendo sua autenticidade (Gomes, 2024).

3.3 O consentimento e sua fragilidade no ambiente de subordinação laboral

³² Art. 8º - O consentimento previsto no inciso I do art. 7º desta Lei deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular.

A fragilidade no consentimento anteriormente pontuada é decorrente da própria natureza do vínculo laboral e é motivo pelo qual subsiste o direito do trabalho. Enquanto este ramo do direito tem origem eminentemente protetiva, pois busca assegurar condições dignas ao trabalhador (Delgado, 2019) – como garantia de salários justos, limitação das jornadas e repressão de práticas abusivas –, o que se justifica pela hipossuficiência econômica, técnica e jurídica do empregado frente ao empregador; a natureza da relação de trabalho é ser composta por elementos estruturantes, sendo a subordinação jurídica do empregado ao empregador a mais relevante, uma vez que ela confere ao empregador o exercício do poder diretivo, que abrange a faculdade de organizar, fiscalizar e disciplinar a execução das atividades laborais (Ramos, 2022).

O apontado poder diretivo do empregador encontra sua base legal na CLT, especificamente em seu artigo 2º³³, que define o empregador como a pessoa física ou jurídica que, ao assumir os riscos da atividade econômica, admite, remunera e dirige a prestação pessoal de serviços; enquanto seu artigo 3º³⁴, aditamento, caracteriza o empregado como aquele que presta serviços de forma pessoal, contínua, onerosa e sob a dependência do empregador. A partir da leitura conjugada desses dispositivos, extrai-se o fundamento jurídico que legitima o poder do empregador de organizar, supervisionar e comandar a atividade laboral, no âmbito de uma relação juridicamente subordinada (Silva, 2014).

Harmoniza-se a esse entendimento o explano pela doutrina trabalhista (Delgado, 2019, p. 733):

De maneira geral, o poder empregatício consubstancia um conjunto de prerrogativas colocadas à disposição do empregador para direcionamento concreto e efetivo da prestação de serviços pactuada. Tal poder, portanto, como regra, incide em benefício do empregador, atribuindo ao obreiro a obrigação de uma conduta de acatamento das ordens lícitas decorrentes do exercício de tal poder.

Como pontuado pelo autor, em ênfase quanto ao acatamento de ordens lícitas, deduz-se, portanto, que o poder diretivo do empregador não é absoluto. Essa limitação, por sua vez, pode decorrer, como evidencia Martins (2012), por fatores externos, como o conteúdo das normas constitucionais e infraconstitucionais, das normas coletivas, dos regulamentos internos e do contrato; e de fatores internos, como a boa-fé objetiva e exercício regular do direito.

³³ Art. 2º - Considera-se empregador a empresa, individual ou coletiva, que, assumindo os riscos da atividade econômica, admite, assalaria e dirige a prestação pessoal de serviço.

³⁴ Art. 3º - Considera-se empregado toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual a empregador, sob a dependência deste e mediante salário.

Desse modo, o exercício do poder de comando empresarial encontra, por exemplo, limites expressos nos direitos da personalidade, especialmente aqueles relacionados à intimidade, à vida privada e à integridade moral do trabalhador, conforme ensina Nascimento (2008). Isso ocorre, ainda segundo o autor, pelo motivo de que a expressão desse poder não encontrar autorização para uma gestão empresarial unilateral que suprima a autonomia e os direitos fundamentais dos trabalhadores, uma vez que, ainda que esteja submetido à direção do empregador e ao dever de obediência decorrente do contrato de trabalho, o empregado deve ser tratado com respeito e dignidade (Nascimento, 2008). Trata-se, portanto, de um poder que deve ser exercido dentro de parâmetros razoáveis e compatíveis com ordenamento constitucional vigente (Gomes, 2024).

Apesar dessa subordinação não ser ilimitada, como exposto, o que se observa na prática – quanto a utilização da imagem do empregado, foco deste estudo – é o trabalhador sentindo-se compelido a consentir o uso de sua imagem em atividades publicitárias da empresa, não por vontade livre, mas por desmandos do empregador e, como consequência, por receio de represálias ou de prejuízos à sua posição no ambiente laboral, de modo que a sua imagem passa a ser utilizada em mídias digitais em desconformidade com certos requisitos legais, como o consentimento válido ou contrato que delimite a finalidade do uso (Oliveira *et al.*, 2025).

Para exemplificar, conforme publiciza Borges (2022) em reportagem divulgada no Portal do Tribunal Regional do Trabalho (TRT) da 12ª Região, referente ao Recurso Ordinário em Rito Sumaríssimo de nº 0000376-09.2021.5.12.0028 julgado pelo TRT de Santa Catarina, uma empregada, embora tenha sido contratada como vendedora, fora pressionada a atuar em vídeos promocionais para redes sociais, sob pena de dispensa em caso de recusa. O caso foi julgado em primeira instância na 3ª Vara do Trabalho de Joinville, ocasião em que o juízo negou o pedido de indenização por considerar que não havia provas de constrangimento à empregada, assim como entendeu que a realização de vídeos promocionais curtos estaria intrinsecamente relacionada à atividade da vendedora (Brasil, 2021).

Contudo, no julgamento do recurso pela 3ª Câmara do TRT da 12ª Região, o colegiado entendeu que o fato de o contrato de trabalho da empregada ser comum – e não especial, como o de artistas e esportistas – impedia que a empresa alegasse que o uso da imagem poderia ser presumido, adotando, assim posição favorável à reparação pela violação do direito à imagem da trabalhadora e rechaçando a argumentação da parte ré de que, uma vez estando sobre contratação da empresa, a trabalhadora estaria subordinada aos escopos de

trabalho generalizados determinados pela entidade contratante – inclusive o de utilizar a sua imagem para realizar propaganda comercial nas redes sociais do empregador (Brasil, 2021).

Ademais, em voto acompanhado por unanimidade pelo colegiado do referido tribunal, a relatora do acórdão foi enfática ao afirmar que a empresa ré não comprovou, por meio de prova documental ou oral, a autorização da funcionária para o uso de sua imagem, de modo que isso se torna suficiente para gerar o dever de indenização em caso de violação dessa prerrogativa (Brasil, 2021).

Ainda dentro dessa seara, no julgamento do Recurso Ordinário nº 0010403-75.2023.5.18.0008, analisado pelo Tribunal Regional Trabalhista da 18ª Região, o entendimento foi muito semelhante ao chegado pelo tribunal trabalhista catarinense:

DANO MORAL. IMPOSIÇÃO PELO EMPREGADOR DE POSTAGEM DE VÍDEOS PROMOCIONAIS COM CONTEÚDO VEXATÓRIO EM REDES SOCIAIS DOS EMPREGADOS. **A prática de obrigar empregados a veicular vídeos em suas redes sociais, envolvendo danças ou músicas de conteúdo potencialmente vexatório, transpõe os limites em que se encontra autorizado o uso de suas imagens, por desbordar das situações corriqueiras do contrato de trabalho, configurando abuso do poder diretivo. Tal prática avilta a imagem dos envolvidos e agride a sua dignidade,** ensejando a condenação do agressor ao pagamento de indenização pelos danos morais infligidos. (TRT-18 - RO - 0010403-75.2023.5.18.0008, Relator: Marcelo Nogueira Pedra, Data de Julgamento: 21/05/2024, 3ª Turma, Data de Publicação: 14/06/2024) (grifou-se)

Em idêntico exame, o Recurso Ordinário em Rito Sumaríssimo nº 0001047-87.2022.5.07.0011, julgado pelo Tribunal Regional Trabalhista da 7ª Região, foi proferido do seguinte modo:

RECURSO DA RECLAMANTE. LABOR EM SOBREJORNADA NÃO COMPROVADO. HORAS EXTRAORDINÁRIAS INDEVIDAS. Compete à parte que alega o ônus de comprovar, de forma robusta, que laborava em sobrejornada, como forma de justificar a pretensão ao pagamento das horas extraordinárias. Assim, e não se desonerando o ora recorrente do ônus que lhe competia, à luz do que preconiza os artigos 818, da CLT e 373, do CPC, de se manter a decisão ora atacada 56 que indeferiu o pedido de horas extraordinárias e reflexos. RECURSO DA RECLAMADA. INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS DEVIDA. **Do exame dos autos, restou caracterizado que, sob ameaças veladas de dispensa, os trabalhadores eram constrangidos a participar de eventos/lives religiosos realizados pelo dono da empresa, participar de danças de "TikTok" (rede social), bem como participar de eventos de ginástica funcional na praia, sendo tudo isso veiculado nas redes sociais da empresa. Além disso, era exigido que os trabalhadores compartilhassem o conteúdo, para que a empresa/seu proprietário ganhassem seguidores. Ademais, é certo que o contrato de trabalho para exercício da função de operadora de caixa, como era o caso da reclamante, não pressupõe em suas atribuições a cessão do direito de imagem ou a realização de danças em público ou redes sociais. Exigir tais práticas por parte da trabalhadora configura submissão a manifesto constrangimento, abalo e violação de sua esfera moral.** Além disso, cabe ao empregador respeitar o direito fundamental à liberdade de religião e convicção (art. 5º, VI e VIII, CF), devendo adotar postura de neutralidade e tolerância no ambiente laboral em relação aos trabalhadores, abstendo-se de realizar exigir ou realizar convites para eventos

religiosos, sob pena de configurar e (art. 7º, XXX, CF; Lei assédio religioso tratamento discriminatório 9.029/95, Convenção 111 da OIT). Tais direitos foram violados pelo empregador ao exigir a participação dos trabalhadores em seus eventos religiosos, sob ameaças veladas de dispensa. Sentença mantida. Recursos conhecidos e negado provimento a ambos. (TRT-7 - RORSum. - 0001047-87.2022.5.07.0011, Relator: Francisco José Gomes da Silva, Data de Julgamento: 21/08/2023, 2ª Turma, Data de Publicação: 31/08/2023) (grifou-se)

Observa-se, portanto, que a subordinação jurídica, embora inerente ao contrato de trabalho, não confere ao empregador liberdade irrestrita sobre aspectos da personalidade do empregado. O direito à imagem, por sua natureza fundamental, impõe limites concretos ao exercício do poder diretivo, especialmente no que se refere à sua exploração comercial ou institucional, prevalecendo, assim, o entendimento que a obtenção do consentimento do empregado não pode ser presumida nem induzida pela relação de subordinação advinda do contrato de trabalho, sendo, indispensável que esse ato autorizador seja, preferencialmente, expresso e possa ser plenamente comprovado, sob pena de vício de vontade (Schio; Villatore, 2012).

Ainda em consonância com esse cenário exposto, 1ª Jornada de Direito Material e Processual na Justiça do Trabalho é cristalina ao afirmar, por meio de seu Enunciados nº 14, que a mera celebração do contrato de trabalho não implica, por si só, na cessão do direito de imagem do empregado, tampouco autoriza a divulgação de manifestações de sua personalidade que extrapolam os limites da função contratada (Enamat; Anamatra, 2007). Além disso, o enunciado em questão ainda complementa ao preitar que o pagamento do salário e demais verbas trabalhistas não suprem, de forma automática, a devida remuneração pela utilização de sua imagem, de modo que seja vedado ao empregador, salvo mediante autorização judicial, armazenar, exibir ou divulgar imagens de seus empregados captadas antes, durante ou imediatamente após a jornada de trabalho, quando destinadas a uso particular, visto que essa conduta configura violação ao direito de imagem e à proteção das expressões da personalidade, assegurados pelo artigo 5º, inciso V, da Constituição Federal (Enamat; Anamatra, 2007).

Entretanto, apesar de a jurisprudência e a literatura ora investigados compactuarem com os dispositivos legais analisados até o momento, bem como com a relevância do consentimento na utilização da imagem do trabalhador, as situações ora descritas corroboram com a realidade laboral em que empregado passa a dar o seu consentimento de forma fragilizada ou enviesada, ou ainda em situação que claramente tem ignorado pelo empregador a sua não anuência quanto a utilização de sua imagem, de modo a comprometer a eficácia da proteção proposta pela legislação.

Como observa Bioni (2019), apesar de a LGPD ser um marco quanto ao tratamento de dados pessoais, quanto a grupos vulneráveis, existe uma contradição intrínseca à essa legislação vigente, na medida em que se presume que o titular dos dados — no caso, o trabalhador — seja plenamente capaz de exercer uma escolha racional e autônoma sobre o tratamento de suas informações pessoais. Embora o consentimento figure como um dos pilares das legislações de proteção de dados, Bioni (2019, p. 224) pontua que esse modelo normativo se assemelha “a uma estratégia regulatória puramente liberal, que é incoerente com a posição de vulnerabilidade do sujeito em causa, uma vez que, por si só, não é suficiente para assegurar uma tutela efetiva da imagem do empregado”.

Nesse cenário, em que a assimetria entre empregadores e empregados é marcante, o consentimento passa a ser esvaziado de seu propósito original de proteção, sendo mais um instrumento de legitimação das práticas empresariais do que uma verdadeira salvaguarda para o trabalhador, segundo Bioni (2019). Essa situação é igualmente ocasionada, ainda como entende o autor, por algumas outros fatores, sendo o primeiro a noção de que o trabalhador está inserido em um complexo ecossistema informacional – no caso em análise, as redes sociais –, de modo que este não consegue dimensionar e gerenciar plenamente suas informações pessoais, em virtude, do que o autor chama (Bioni, 2019, p. 208), de “racionalidade limitada do ser humano”, que se traduz na incapacidade do ser humano de absorver, memorizar e processar todas as informações relevantes para um processo de tomada de decisão, devido às restrições de natureza cognitivas, haja vista que a racionalidade humana é limitada e as redes sociais possuem uma gama de informações direcionadas ao usuário.

Conciliado ao quadro problemático relatado, Bioni (2019, p. 208) ainda aborda outro fator: a “teoria decisão da utilidade subjetiva”, que se perfaz na tendência do ser humano em atribuir maior relevância aos benefícios imediatos oferecidos – como a manutenção do emprego, aprovação pela chefia ou integração ao time –, relegando a segundo plano os riscos decorrentes da perda de controle sobre suas próprias informações. Assim, o trabalhador passa a consentir com a exposição midiática de sua imagem não porque entenda plenamente as consequências, mas porque, subjetivamente, calcula que os benefícios imediatos são mais relevantes do que eventuais danos, minimizados em sua percepção.

Infere-se, a partir da linha de pensamento desenvolvida, que a ausência de autorização e a anuência tácita para o uso da imagem do empregado acabam, na prática, produzindo efeitos semelhantes. Isso porque, diante da natural preocupação com a preservação do vínculo empregatício, o trabalhador tende a não se opor de forma efetiva ao

uso indevido de sua imagem, o que enfraquece sua capacidade de resistência frente ao empregador e dificulta a tutela do direito em questão (Ulm, 2014)

Coaduna com essa linha de pensamento o caso em que um condomínio de shopping localizado em Contagem, Minas Gerais, foi condenado ao pagamento de indenização por danos morais no valor de R\$ 5 mil a uma ex-funcionária que atuava como recepcionista e teria seu direito à imagem violado pelo seu uso indevido em vídeos e materiais de divulgação da empresa na internet. De acordo com a sentença da Ação Trabalhista sob Rito Sumaríssimo nº 0011023-06.2021.5.03.0031 proferida pela 3ª Vara do Trabalho de Contagem/MG, a trabalhadora participou das gravações com a expectativa de ser promovida ao cargo de assistente de marketing, conforme promessa feita pela empregadora. No entanto, a ascensão profissional não se concretizou, o que levou a ex-empregada a ingressar com ação judicial pleiteando reparação pelos danos sofridos (Minas Gerais, 2022).

No caso em questão, para o juízo responsável pelo julgamento, mesmo que se admitisse a alegação da empresa de que houve uma autorização tácita por parte da trabalhadora, essa mera aceitação não confere ao empregador autorização ampla e irrestrita para veicular a imagem do empregado, especialmente sem qualquer compensação financeira, quando se trata de publicações com finalidade comercial. O juízo destacou que, tratando-se de direitos da personalidade, estes são, conforme o artigo 11 do Código Civil, intransmissíveis e irrenunciáveis, e que, nos termos do artigo 20 da mesma norma, sua exploração com objetivos econômicos legitima a pretensão de indenização por parte do titular do direito, como ocorreu no caso em questão. A decisão foi mantida pelos julgadores da 2ª turma do TRT da 3ª Região, vejamos:

EQUIPARAÇÃO SALARIAL. USO INDEVIDO DE IMAGEM. REPARAÇÃO CIVIL. GRUPO ECONÔMICO. A Segunda Turma, do Egrégio Tribunal Regional do Trabalho da Terceira Região, à unanimidade, conheceu do Recurso Ordinário das Reclamadas e do Recurso Adesivo da Reclamante, por cumpridos os requisitos de admissibilidade; no mérito, sem divergência, **negou-lhes provimento, adotando as razões de decidir da r. sentença recorrida, confirmada por seus próprios fundamentos**, nos termos do inciso IV parágrafo 1º artigo 895 CLT; acresceu os seguintes fundamentos: "Justiça Gratuita: A documentação carreada aos autos, em especial os recibos de pagamento e TRCT que acompanham a defesa, demonstram a inserção da autora na hipótese prevista no artigo 790, parágrafo terceiro, da CLT, ou seja, padrão salarial inferior a 40% do limite máximo dos benefícios do RGPS, motivo pelo qual fica mantida a justiça gratuita deferida. (TRT-3 - RORSum. - 0011023-06.2021.5.03.0031, Relatora: Maria Raquel Ferraz Zagari Valentim, Data de Julgamento: 15/02/2022, 2ª Turma, Data de Publicação: 21/02/2022) (grifou-se)

As circunstâncias e as abordagens anteriormente analisadas evidenciam, portanto, as limitações do consentimento como instrumento efetivo de proteção de dados pessoais e a imagem, especialmente no âmbito das relações laborais circunscritas pelo desequilíbrio de

poder. Mesmo que a legislação trabalhista determine a aplicação das normas civis naquilo que por aquela não é regulamentado, como o uso e a disposição da imagem do trabalhador, em um contexto marcado por fortes pressões econômicas e sociais, o empregado frequentemente tem seu direito à imagem dilapidado ao se ver compelido a aceitar condições que comprometem sua privacidade, sua honra e sua autodeterminação informacional: a urgência em manter o emprego, estar em consonância com a cultura empresarial ou acessar benefícios imediatos leva-o à tomada de decisões que, embora aparentemente voluntárias, refletem uma escolha condicionada pela necessidade (Gomes, 2024). Nesse cenário de vulnerabilidade estrutural, o consentimento preconizado pelas normas cíveis estudadas deixa de ser expressão de vontade livre e consciente, transformando-se em um instrumento frágil e insuficiente para assegurar a proteção dos direitos aqui explanados.

Assim, torna-se evidente a necessidade de uma atuação mais incisiva que, para além da abordagem meramente procedimental em relação ao consentimento e ao uso da imagem do trabalhador, avance rumo a adoção de uma regulamentação que considere os contextos de subordinação e fragilização quanto a disposição desse direito e aos abusos que contra ele podem ser cometidos nas relações de trabalho, além da admissão de políticas institucionais claras e humanizadas, de modo que se estabeleça instrumentos mais eficazes para garantir que o consentimento do empregado seja, de fato, livre, consciente e devidamente informado, capaz de assegurar ao indivíduo uma autonomia real, construída e garantida por meio de medidas compensatórias e estruturantes (Oliveira *et al.*, 2025).

Contudo, antes de debruçar-se sobre as questões ora pontuadas, necessário se faz entender os mecanismos existentes de responsabilização pelo uso e abuso do direito de imagem do empregado, de modo que seja possível entender as lacunas a serem preenchidas e as limitações a serem transpassadas em uma legislação futura e específica à essa problemática.

3.4 A responsabilidade civil e a rescisão indireta do contrato de trabalho pela exploração indevida da imagem do empregado

Diante da nova realidade de intensas inovações tecnológicas e de exposição digital, os direitos da personalidade passaram a enfrentar novas formas de ameaça, exigindo reinterpretações e reforços das garantias já previstas tanto na Constituição Federal quanto na legislação infraconstitucional.

Dentro desse cenário, o que se tem visto de forma recorrente, conforme já retratado, são vídeos, fotografias e demais mídias de publicidade digital que utilizam a imagem dos funcionários em serviço ou dos empregados atrelados à marca ou à empresa que divulga. Sobre isso, é preciso primeiramente estabelecer que, hodiernamente, a prática citada é tolerável e válida, devendo, entretanto, que a utilização da imagem do funcionário respeite os exatos termos acordados entre as partes da relação empregatícia, além da necessidade de que os termos pactuados em si estejam alinhados às normas e aos preceitos do arcabouço legal (Araújo, 2017).

Como complementa Roxana Borges (2007), embora os direitos da personalidade sejam, por natureza, indisponíveis e intransmissíveis, é possível haver a cessão de determinadas manifestações desses direitos – como o uso a imagem – por meio da autorização por parte do titular, sem que isso descaracterize sua natureza personalíssima, desde que observados limites precisos quanto à duração da cessão e à finalidade da utilização, além da contraprestação pecuniária cabível, como ressalta Ulm (2014), em alguns casos. Assim, a chamada “disponibilidade relativa” dos direitos da personalidade não implica em renúncia, mas em uma autorização controlada, como ocorre em contratos ou termos de cessão de uso da imagem para fins comerciais – negócios jurídicos estes que podem ser aplicados ao âmbito trabalhista (Biehl, 2009).

Sob esse prisma, urge a necessidade de pontuar inicialmente o conceito de “relação de emprego”, entendida por Mozart Victor Russomano (2002, p. 70) como sendo “o vínculo obrigacional que une, reciprocamente, o trabalhador e o empresário, subordinado o primeiro às ordens legítimas do segundo, através do contrato individual de trabalho”. Com base nessa consideração, compreende-se que um dos pressupostos básicos para a existência da relação empregatícia é um contrato laboral, que, por seu turno, faz nascer uma série de direitos e deveres a ambas as partes: o empregado tem o dever de realizar a atividade para qual foi contratado de forma correta, atendendo aos direcionamentos e disciplinas impostas pelo empregador, que exerce seus direitos por via do poder de direção que a ele é conferido (Silva, 2014). Ainda na análise da natureza jurídica do contrato laboral, este encontra sua origem na existência de duas correntes teóricas: a Anticontratualista e a Contratualista.

A Teoria Anticontratualista, que surge como uma reação crítica ao modelo contratual clássico, destacando que o contrato de trabalho não é um contrato comum, pois não há igualdade entre as partes (Martins, 2012). Essa teoria, influenciada pelo pensamento jurídico de cunho protetivo, entende que a relação de trabalho deve ser regulada prioritariamente pelo Estado, por meio de normas imperativas que limitem o poder do

empregador e garantam direitos mínimos ao trabalhador, haja vista a disparidade evidente entre o empregador, que detém o poder econômico, e o empregado, que geralmente é a parte mais vulnerável na relação laboral.

Já a Teoria Contratualista parte da premissa de que o vínculo entre empregado e empregador tem natureza essencialmente contratual, ou seja, é fruto de um acordo de vontades entre partes iguais do meio privado, nos moldes do direito civil (Kmita; Ferreira, 2013). De acordo com essa concepção, o contrato de trabalho seria um negócio jurídico em que ambas as partes — trabalhador e empregador — se comprometem reciprocamente, assumindo obrigações e exercendo direitos em igualdade de condições. Essa visão, historicamente ligada ao liberalismo clássico, pressupõe a autonomia privada plena, e portanto, o contrato de trabalho seria regido pelas cláusulas livremente acordadas pelas partes.

Quanto à aplicação dessas teorias na legislação doméstica, a Teoria Contratualista foi albergada com mais ênfase pela CLT, conforme se extrai de seus artigos 444 e 468, se não vejamos:

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. (grifou-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. (grifou-se)

Contudo, apesar de a legislação trabalhista orientar para a livre formulação e pactuação de prerrogativas e obrigações entre as partes da relação empregatícia, a mesma evidencia que essa autonomia privada encontra limites claros no ordenamento legal, razão pela qual as condições contratuais e, conseqüentemente, os direitos do trabalhador devem estar de acordo com os direitos e princípios fundamentais previstos nas normas de ordem pública e nos pactos trabalhistas em geral (NASCIMENTO, 2008; ULM, 2014).

Retornando ao raciocínio de disposição dos direitos da personalidade, mas ainda na órbita da dialética acima tecida, observa-se que estes entendimentos equalizam-se com a utilização da imagem do empregado em peças publicitárias do empregador, quando se permite a sua disposição, seja no ambiente cível ou laboral, ao passo que se impõe limitações à exploração desse direito, conforme se extrai da leitura concomitante dos artigos 444 da CLT, 20 do CCB e 8 da LGPD.

Desse modo, a utilização da imagem do empregado pelo empregador é um negócio jurídico plenamente possível de ser pactuado entre as partes da relação de emprego,

seja por meio de negócio jurídico cível, como o contrato de licença de uso de imagem (Biehl, 2003), seja pela inserção de cláusulas que tratam sobre a disposição da imagem do empregado no próprio negócio jurídico laboral, tendo em vista que o contrato de trabalho é uma relação jurídica privada (Brasil, 1943).

A pactuação de vontade quanto ao uso da imagem nesse contexto, entretanto, deve enquadrar-se em requisitos pré-estabelecidos entre as partes e respeitar limites impostos pela legislação cabível. O empregador deve possuir a autorização do obreiro para tanto e este ato de consentimento, por seu lado, deve ser livre de vícios e fornecido por escrito – de modo, ainda, a constar em cláusula destacada das demais cláusulas contratuais – ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular, além de que deve recair sobre finalidades específicas, visto que cláusulas autorizantes abstratas e gerais para o tratamento da imagem do empregado poderão ser anuladas (Brasil, 2002; Brasil, 2018).

Ao fim, em face do que se demonstrou, caso a utilização da imagem do obreiro exceda os termos autorizados e pactuados previamente, haja vista que qualquer alteração contratual deve ser precedida da vontade bilateral das partes; ou transponha os limites normativos, éticos e morais impostos via plano constitucional – pela utilização abusiva, desproporcional ou sem amparo válido no consentimento ou nos princípios fundamentais –, haverá violação ao direito de personalidade (Ulm, 2014), ensejando a atuação dos mecanismos de responsabilização civil e trabalhista pelos danos ocasionados.

Sob este ângulo, entende-se os danos em questão como lesões contrárias ao ordenamento jurídico e sofridas pelo titular de um interesse juridicamente tutelado a ser reparado por outrem (Benacchio, 2018). A partir dessa perspectiva, o regime jurídico brasileiro tende a adotar, de forma mais abrangente, dois tipos de danos: o dano patrimonial ou material e o dano extrapatrimonial ou moral.

O primeiro refere-se ao prejuízo econômico efetivo e mensurável que uma pessoa sofre em seu patrimônio, ou seja, bens materiais, recursos financeiros ou direitos economicamente avaliáveis, conforme artigo 402³⁵ do CCB. Ele pode se apresentar de duas formas principais: dano emergente, isto é, prejuízo já ocorrido, representado pela perda de um bem, gasto efetuado ou redução no patrimônio da vítima; e lucro cessante, que refere-se ao que a vítima deixou de ganhar em razão do ato lesivo (Diniz, 2023).

Já o dano extrapatrimonial ou moral, por sua vez, está ligado a prejuízos de ordem subjetiva, ou seja, que afetam a esfera dos direitos da personalidade, como a honra, imagem,

³⁵ Art. 402. Salvo as exceções expressamente previstas em lei, as perdas e danos devidas ao credor abrangem, além do que ele efetivamente perdeu, o que razoavelmente deixou de lucrar.

integridade psíquica, dignidade, nome, privacidade e reputação (Gonçalves, 2022). Diferentemente do dano patrimonial, o dano moral não exige comprovação de prejuízo financeiro tendo em vista não é economicamente mensurável de forma objetiva, mas pode ensejar indenização pecuniária como forma de compensação e desestímulo à conduta ofensiva (Silva; Castro, 2011).

É, portanto, dentro da configuração de danos extrapatrimoniais que melhor se encaixam as violações danosas à imagem do empregado até então descritas, tendo em vista que o dano moral e o direito à responsabilidade em questão se perfazem com a mera violação do direito de personalidade (Ulm, 2014). Corresponde com esse entendimento o lecionado por Moraes (2003), que entende que a caracterização do dano moral não depende necessariamente da demonstração de sofrimento emocional, como tristeza, angústia, constrangimento ou perturbação, se exigindo apenas a ocorrência de fatos suficientemente graves, capazes de comprometer a dignidade da pessoa humana e que se manifesta pela ofensa a valores essenciais que compõem a personalidade do indivíduo, como a igualdade, a integridade física e psíquica, a liberdade e a solidariedade, os quais, quando desrespeitados, legitimam a reparação civil independentemente da comprovação de abalo emocional concreto.

Ademais, alguns autores pontuam a possibilidade de dano patrimonial advindo da violação ao direito de imagem, sobretudo quando o empregador auferir vantagens comerciais sem compensar o trabalhador. Nesse sentido, entende a literatura (Ulm, 2014; Correa, 2007) que, pelo caráter comercial e econômico da transgressão a esse direito, o empregado deixou de obter contraprestação pecuniária que lhe era cabível pelo uso de sua imagem, devendo a ele ser, igualmente, garantido indenização de caráter material. O entendimento ora explanado é corroborado pelo artigo 884 do CCB, que veda o enriquecimento sem justa causa à custa de outrem e obriga a restituição do que foi indevidamente auferido, feita a atualização dos valores monetários (Brasil, 2002).

Nessa ordem de ideias ainda, o artigo 5º, inciso X, da Constituição Federal foi proeminente ao determinar que são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, de modo que seja cabível o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação (Brasil, 1988). No já repisado artigo 20 do Código Civil de 2002, harmoniza-se com o abordado no artigo anterior a determinação expressa de cabimento de indenização pelo uso da imagem se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais (Brasil, 2002). Um pouco mais distante, mas no mesmo código civilista, em seu artigo 187, caracteriza-se como praticante de ato ilícito aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a

outrem, ainda que exclusivamente moral, cabendo, portanto, reparação pela referente violação, conforme, ainda, o artigo 927 do CCB (Brasil, 2002). Essas diretrizes reafirmam o caráter presumido do dano moral decorrente da indevida utilização da imagem do trabalhador, afastando a necessidade de comprovação específica de sofrimento psicológico, bastando a violação do direito personalíssimo.

Essa ideiação e as demais linhas de pensamento acopladas à seção desta pesquisa são refletidas nos entendimentos da jurisprudência. O Recurso de Revista com Agravo nº 1018-52.2022.5.12.0058 (Brasil, 2022), julgado pela 5ª turma do TST, por exemplo, teve como foco central a utilização de da imagem da empregada em vídeos divulgados pela empresa em redes sociais, sem autorização expressa, reconhecendo e provendo o referido recurso com base nos argumentos levantados pela parte autoral, quais sejam, os artigos 5º, X, da Constituição Federal; 20º, 186º e 187º do Código Civil; e 2º, IV, da LGPD.

A Corte destacou que, conforme sua jurisprudência consolidada, o uso da imagem do empregado sem seu consentimento configura ato ilícito, ainda que não haja ofensa direta à sua honra ou imagem de forma vexatória, uma vez que o simples uso comercial ou institucional da imagem sem autorização prévia viola direito da personalidade, sendo desnecessária a prova de prejuízo para fins de indenização (Brasil, 2022). A decisão também citou precedentes firmes do TST que reforçam que o poder diretivo do empregador não pode ultrapassar os limites dos direitos fundamentais do trabalhador, como a dignidade e o respeito à sua imagem, de modo a ficar consignado que a ausência de contraprestação financeira ou de anuência formal para uso da imagem é suficiente para configurar a obrigação de indenizar (Brasil, 2022).

Já o acórdão proferido pelo TRT da 1ª Região, nos autos do Recurso Ordinário nº 0011372-17.2015.5.01.0082, tratou do uso não autorizado da imagem do empregado em publicidade promovida pela empregadora, sem a existência de cláusula contratual específica para esse fim. A decisão reafirma que o contrato de trabalho, por si só, não abrange o direito de uso da imagem do trabalhador, sendo este um bem jurídico autônomo, integrante dos direitos da personalidade, conforme assegurado pela Constituição Federal e pelo Código Civil, de modo que a exploração da imagem do empregado exige autorização expressa e prévia, preferencialmente formalizada em cláusula contratual própria. O voto do desembargador relator ressalta que a remuneração salarial do contrato de trabalho não cobre automaticamente o uso da imagem para finalidades comerciais ou promocionais e que ausência de previsão contratual e de consentimento válido torna ilícito o uso da imagem e

impõe à empregadora o dever de indenizar pelos danos morais causados ao trabalhador (Rio de Janeiro, 2015).

Por fim, nos autos do Recurso Ordinário nº 0000804-34.2023.5.08.012, a 2ª Turma do TRT da 8ª Região, proferiu decisão procedente ao pedido autoral quanto à utilização indevida da imagem da obreira. No caso em questão, a empregada havia sido exposta pela empresa em vídeos publicados nas redes sociais institucionais, nos quais era exibida dançando e atuando em esquetes, sem que houvesse qualquer autorização expressa e inequívoca para o uso de sua imagem. A decisão reconheceu a existência de dano moral *in re ipsa*, ou seja, um dano presumido, que dispensa prova do prejuízo concreto, bastando a demonstração do ato ilícito para ensejar a reparação. Este entendimento utilizou como base a Súmula 403 do STJ, que estabelece que "independe de prova do prejuízo a indenização pela publicação não autorizada da imagem de pessoa, com fins econômicos ou comerciais" (Pará, 2023).

Além disso, o Tribunal destacou o abuso do poder diretivo da empregadora, que extrapolou os limites da relação de trabalho ao submeter a empregada a exposições públicas em situações completamente dissociadas de suas funções laborais previamente pactuadas (Pará, 2023). Dessa forma, o TRT da 8ª Região reconheceu o dever de indenizar por parte da empresa, reforçando que o consentimento para o uso da imagem deve ser livre, informado e específico, sendo inadmissível sua presunção ou imposição no contexto de subordinação própria do contrato de trabalho.

Os casos em contexto reafirmam a ideia de que o direito à imagem do trabalhador é inviolável, e sua utilização, além exigir autorização formal e prévia pactuada entre as partes, quando feito indevidamente incorre em compensação financeira proporcional à exploração econômica realizada. Conciliado a isso, pontua-se que a conduta patronal reiterada, assediadora ou que venha a coagir o empregado a construir ou participar de material midiático e campanhas publicitárias, com finalidade diversa daquela pactuada em contrato laboral e sem ajustamento quanto o valor do pagamento pelo seu uso desse direito, poderá configurar, para além da responsabilidade na esfera cível, justa causa para rescisão indireta do contrato de trabalho (Correa, 2007; Tindou, 2015; Ulm, 2014).

Para tanto, é imprescindível entender primeiro este instrumento legal. Aos ensinamentos de Maurício Godinho Delgado (2019), a rescisão indireta é uma forma de extinção do contrato de trabalho por iniciativa do empregado, quando o empregador comete faltas graves que tornam insustentável a continuidade da relação de emprego.

Esse instituto está previsto no artigo 483 da CLT, que estabelece os motivos que autorizam o empregado a considerar rescindido o contrato e pleitear seus direitos como se tivesse sido dispensado sem justa causa (Brasil, 1943). A legislação trabalhista trouxe em seu corpo esta possibilidade haja vista que, como já exaustivamente estudado neste estudo, a subordinação do empregado em relação ao empregador não é absoluta, de modo que o empregado possa, dentro estrutura legislativa que rege as relações de emprego, encontrar mecanismos mínimos de tutela e garantias reparatórias em casos de violações cometidas pelo empregador (Belo, 2016). Desse modo, ao empregador que exerce seu poder diretivo de forma abusiva para, valendo-se da subordinação inerente à relação de emprego, utilizar indevidamente da imagem do empregado, pode incorrer em conduta capaz de justificar a rescisão indireta do contrato por parte do trabalhador.

Nessas circunstâncias, o artigo 483 da CLT prevê que o empregado poderá considerar rescindido o contrato e pleitear indenização quando, conforme alínea "e", o empregador exigir do empregado serviços alheios ao contrato ou, de acordo com a alínea "a", cometer ato lesivo à honra e boa fama do empregado (Brasil, 1943). Ao explorar publicamente da imagem de um trabalhador fora dos pressupostos básicos – consentimento livre, informado e inequívoco pactuado por escrito ou por meio que lhe garanta validade e contraprestação adequada –, ou ainda mediante condutas abusivas – como promessas não cumpridas, assédio ou coação –, o empregador enquadra-se, respectivamente, nas alíneas descritas anteriormente e incorre em violação contratual grave, ensejando a ruptura do vínculo por iniciativa do empregado, com todos os direitos equivalentes à dispensa sem justa causa. Vejamos:

Art. 483 - O empregado poderá considerar rescindido o contrato e pleitear a devida indenização quando:

- a) **forem exigidos serviços** superiores às suas forças, defesos por lei, contrários aos bons costumes, ou **alheios ao contrato**;
- b) for tratado pelo empregador ou por seus superiores hierárquicos com rigor excessivo;
- c) correr perigo manifesto de mal considerável;
- d) não cumprir o empregador as obrigações do contrato;
- e) **praticar o empregador ou seus prepostos, contra ele ou pessoas de sua família, ato lesivo da honra e boa fama**;
- f) o empregador ou seus prepostos ofenderem-no fisicamente, salvo em caso de legítima defesa, própria ou de outrem;
- g) o empregador reduzir o seu trabalho, sendo este por peça ou tarefa, de forma a afetar sensivelmente a importância dos salários. (Brasil, 1943)

Embora a norma trabalhista em análise não estabeleça expressamente tutela para as hipóteses de uso indevida da imagem do empregado, não se trata apenas de uma violação de um “dever-ser de implicação moral”, viola o dever jurídico traçado pelo ordenamento

jurídico sob o aspecto trabalhista e constitucional (Tindou, 2015), haja visto que a conduta de exploração da imagem do obreiro fora dos requisitos preliminarmente estabelecidos entre as partes e pelo próprio arcabouço legal caracteriza violação das obrigações contratuais e do dever legal de respeito à dignidade da pessoa humana do trabalhador e aos seus direitos de personalidade – intimidade, liberdade, não discriminação, honra, integridade física e psíquica –, havendo no ordenamento constitucional proteção a esses direitos como garantia individual e fundamental, ensejando, assim, a rescisão unilateral do acordo empregatício por parte do empregado (Correia; Boldrin, 2020).

A título de exemplo, em decisão proferida pela Vara do Trabalho de Ponte Nova – MG, vinculada ao Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região, nos autos de nº 0010337-16.2020.5.03.0074, foi reconhecida a rescisão indireta do contrato de trabalho entre uma funcionária e uma empresa do setor varejista de doces. O fundamento da decisão foi a divulgação indevida, por parte do empregador, do número de telefone pessoal da trabalhadora em seu site institucional, com a finalidade de direcionar contatos e pedidos de clientes durante o regime de atendimento por delivery, adotado em razão de normas municipais impostas no contexto da pandemia de COVID-19.

O juízo responsável entendeu que a exposição do dado pessoal da empregada — no caso, seu número de celular — em uma plataforma digital de ampla visibilidade, pertencente a uma rede alimentícia de expressão nacional, configurou violação à sua privacidade e intimidade. A conduta da empresa, além de desrespeitar princípios constitucionais, infringiu os dispositivos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, ao realizar o tratamento de dado pessoal sem fundamento jurídico válido, em desacordo com os princípios previstos no artigo 6º da referida norma. Ainda que houvesse alguma manifestação de anuência por parte da trabalhadora, o juízo ponderou que, diante da hipossuficiência inerente à relação de emprego, não se pode presumir a existência de um consentimento verdadeiramente livre, como exige a LGPD.

Apesar do caso em análise tratar especificamente sobre a utilização indevida do número de telefone da trabalhadora pela empregadora, observa-se a clara semelhança com a exploração da imagem do empregado, uma vez que, com base no que ora estudado, os preceitos básicos para este reconhecimento são evidentes: o número de telefone e a imagem do empregado como dados pessoais, a exploração de ambos em meios digitais de grande visibilidade – site e redes sociais, respectivamente –, e a falta de autorização ou ainda o reconhecimento da fragilização do consentimento diante da relação de desnivelada de poder inerente à relação empregatícia.

Portanto, diante da violação do direito à imagem do empregado, o ordenamento jurídico brasileiro disponibiliza dois caminhos de tutela: a reparação civil, mediante indenização por dano moral – e eventualmente material –, e a rescisão indireta do contrato de trabalho, quando a conduta do empregador atingir gravemente a dignidade, a honra ou o que foi pactuado contratualmente. Essa realidade exige, desse modo, uma atuação mais consciente por parte das empresas, que devem adotar condutas compatíveis com os direitos fundamentais dos trabalhadores, inclusive no tocante à imagem, sob pena de responderem no âmbito civil e trabalhista pelas transgressões cometidas.

4. INSTRUMENTOS PREVENTIVOS, EXPERIÊNCIAS LEGISLATIVAS E CAMINHOS PARA A REGULAÇÃO DA EXPLORAÇÃO DA IMAGEM DO EMPREGADO

Ao longo deste estudo, ficou evidente que a intensificação do uso de tecnologias digitais e a transformação das dinâmicas laborais têm provocado discussões relevantes acerca da exploração da imagem do empregado, inclusive na esfera de proteção dos dados pessoais. Desse modo, o direito à imagem e à proteção de dados, reconhecido como direito fundamental em níveis nacional e internacional, demanda a adoção de instrumentos legais e institucionais que garantam sua efetividade no ambiente de trabalho.

Contudo, esta realidade impõe desafios jurídicos e éticos relevantes, especialmente diante da ausência de uma legislação específica que trate diretamente da exploração da imagem do trabalhador. Embora o direito à privacidade, à proteção de dados e à imagem estejam constitucionalmente assegurados e regulamentados por leis como o Código Civil e a Lei Geral de Proteção de Dados, a realidade demonstra que essas normas, por si só, não são suficientes para garantir uma proteção efetiva e clara no contexto das relações de trabalho (Gomes, 2024). A aplicação dessas garantias, como entende Araújo (2017), exige um esforço interpretativo significativo e a navegação por um arcabouço legal fragmentado, o que pode acarretar em insegurança jurídica tanto para empregadores quanto para empregados.

Desse modo, a análise dos mecanismos de *compliance* laboral surge como ferramenta institucional indispensável para orientar a atuação empresarial na captação e divulgação da imagem dos trabalhadores. Além disso, a observação de legislações estrangeiras, como a espanhola, a portuguesa, a mexicana e o Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia, fornece importantes parâmetros normativos que podem ajudar no processo de reforma e modernização do ordenamento jurídico brasileiro (Miragem, 2019), especialmente da CLT e da LGPD.

Assim, como ensina Gomes (2024), refletir sobre a proteção do direito à imagem e sua utilização no fluxo de dados no mundo do trabalho exige, portanto, o desenvolvimento de um arcabouço jurídico e institucional sensível às transformações tecnológicas, mas firmemente comprometido com os direitos fundamentais dos trabalhadores.

4.1 *Compliance* laboral como medida institucional e mecanismo de tutela quanto às violações à imagem do empregado

Como visto, a incorporação da imagem do trabalhador nas estratégias de marketing digital tornou-se uma prática corriqueira em empresas de diferentes setores. No entanto, diante das implicações éticas, jurídicas e sociais que envolvem este uso, é imperativo que as organizações adotem medidas corporativas sólidas que assegurem a licitude da exploração dessa imagem, respeitando a dignidade humana e os direitos fundamentais dos empregados.

A identificação antecipada dessas transformações e à estruturação de medidas para lidar com elas contribui significativamente para a detecção, prevenção e redução de riscos e conflitos no ambiente laboral, além de evitar diversos efeitos jurídicos e psicológicos indesejáveis, como a judicialização e os distúrbios psicológicos, físicos e emocionais que podem comprometer o bem-estar e o desempenho dos empregados em diferentes áreas de sua vida pessoal e profissional (Vesoloski; Zambam, 2022). É, portanto, nesse contexto que surge o *compliance* trabalhista.

O termo *compliance*, oriundo do verbo inglês “*to comply*”, em tradução livre, significa cumprir, obedecer e executar aquilo que foi determinado (Azevedo; Jahn, 2020), consistindo, ainda, na responsabilidade das empresas de fomentar, entre todos os integrantes da organização, uma cultura institucional pautada na ética e no cumprimento da legislação aplicável, alinhando suas práticas ao propósito social que fundamenta suas atividades (Assis, 2018). No contexto jurídico e corporativo, o *compliance* trabalhista, por sua vez, envolve também o estudo dos controles internos e de outras medidas que podem ser adotadas nas empresas com o fim de prevenção de descumprimentos de normas trabalhistas (Vesoloski; Zambam, 2022).

Contudo, o *compliance* no âmbito laboral, segundo Kruppa e Gonçalves (2021) vai além da simples obediência à Consolidação das Leis do Trabalho, ele envolve o conjunto de práticas, procedimentos e políticas adotados pelas organizações para garantir o cumprimento da legislação trabalhista, das normas coletivas, dos direitos fundamentais do trabalhador e dos princípios éticos aplicáveis às relações de trabalho. Ademais, este instituto também objetiva o respeito aos direitos previstos na Constituição Federal, convenções internacionais, na jurisprudência consolidada pelos tribunais e nas demais legislações aplicáveis à seara laboral, como a LGPD.

Este entendimento corrobora com o explanado no artigo 50³⁶ da referida legislação protetora de dados, que trata da autorregulação e da governança corporativa no âmbito da proteção de dados e tem como objetivo estimular que os agentes de tratamento, como empresas e órgãos públicos, adotem mecanismos internos que assegurem o cumprimento da LGPD de forma estruturada, transparente e preventiva, levando em consideração, por exemplo, a estrutura organizacional e modelo de governança, a sensibilidade dos dados tratados e os riscos envolvidos no tratamento (Brasil, 2018).

Assim o *compliance* trabalhista visa prevenir riscos jurídicos, proteger a empresa contra autuações administrativas e ações judiciais e promover um ambiente de trabalho saudável, seguro e ético (Bertolin; Buzzo, 2022), seja pela atuação direta na gestão de riscos e uniformização da corporação à legislação, seja pela criação de uma cultura organizacional que valorize a ética, a transparência e a integridade (Vesoloski; Zambam, 2022).

Apesar de não haver uma fórmula certa para a implementação da *compliance* laboral, Kruppa e Gonçalves (2021) compreendem que existem alguns mecanismos que devem ser utilizados neste processo, como a criação de um Código de Conduta, a comunicação alinhada, o treinamento constante e os canais de denúncia. Os autores ora citados exemplificam enfatizando que a partir da identificação das principais áreas de vulnerabilidade da corporação, cabe ao setor responsável pela conformidade dentro da empresa estabelecer normas, mecanismos de controle e diretrizes operacionais com o intuito de reduzir a probabilidade de comportamentos irregulares ou inadequados por parte dos colaboradores em todos os níveis de hierarquia.

Desse modo, pontua-se que este instituto passa a ser um relevante formulador e implementador de medidas corporativas e institucionais que tratam e orientem a atuação empresarial, inclusive quanto ao processo de captação, tratamento e divulgação da imagem dos trabalhadores, assegurando, por exemplo, que a exploração da imagem dos empregados seja feita de maneira legítima, transparente e legal (Gomes, 2024).

Essas medidas devem compreender, entre outros elementos, a instituição de políticas internas claras e acessíveis quanto ao uso da imagem do trabalhador pela empresa empregadora, como aponta Gomes (2024), de modo que estejam inclusas nas normas e nos documentos que viabilizem a exploração desse direito diretrizes basilares como, por exemplo,

³⁶ Art. 50. Os controladores e operadores, no âmbito de suas competências, pelo tratamento de dados pessoais, individualmente ou por meio de associações, poderão formular regras de boas práticas e de governança que estabeleçam as condições de organização, o regime de funcionamento, os procedimentos, incluindo reclamações e petições de titulares, as normas de segurança, os padrões técnicos, as obrigações específicas para os diversos envolvidos no tratamento, as ações educativas, os mecanismos internos de supervisão e de mitigação de riscos e outros aspectos relacionados ao tratamento de dados pessoais.

o consentimento livre e informado, a finalidade da utilização da imagem, o meio de divulgação, a duração da autorização, o direito à revogação do consentimento, a compensação adequada e os mecanismos de proteção de dados.

Quanto ao consentimento para o uso da imagem do empregado, como ora estudado, deve ser obtido por escrito, mediante as cláusulas inseridas no contrato laboral que tratem sobre a exploração desse direito ou por meio de termo licença de uso de imagem, que especifique detalhadamente os limites da autorização, conforme impõe o artigo 8º da LGPD ao exigir que esse consentimento seja expresso e inequívoco, proibindo o uso da imagem com base em autorizações genéricas (Brasil, 2018).

Apesar de o artigo ora citado também possibilitar que o consentimento seja dado por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular – como a autorização tácita –, a literatura (Silva; Pinheiro; Bomfim, 2021) aponta para incongruência que existe nessa possibilidade, haja vista que, como o ônus de provar que o consentimento foi obtido em conformidade com a legislação recai sobre o empregador/controlador de dados, bem como a natureza de contrato de adesão do contrato de trabalho, torna-se inexorável a juntada de material probatório para tanto, sobretudo pela informalidade que permeia a relação de exploração da imagem do empregado pelo empregador, como já exemplificado neste estudo, de modo que, como medida *compliance*, o consentimento dado de forma expressa em documento formal em apartado pactuado entre as partes da relação empregatícia garante muito mais segurança tanto para o empregador como para o empregado.

Conciliado a isso, enfatiza-se que a assinatura de um termo genérico no momento da admissão, por exemplo, não legitima o uso irrestrito da imagem do empregado ao longo do contrato de trabalho, por força limitante do próprio artigo 8º da LGPD. Assim, cláusulas ou termos que possibilitem a utilização da imagem do trabalhador em peças publicitárias devem, como forma de gerar uma blindagem ao risco trabalhista que a empresa possa vir a sofrer a partir das práticas e ações ilegais, estipular, por exemplo, limites precisos quanto à duração da cessão e à finalidade da utilização da imagem do empregado, conforme orienta Roxana Borges (2005).

Ademais, vale destacar que o trabalhador possui o direito de revogar seu consentimento a qualquer tempo, sem sofrer prejuízos ou retaliações, de modo que, segundo Oliveira *et al.* (2025), as empresas, ao adotarem políticas quanto à utilização da imagem de seus empregados, devem respeitar a revogação, retirando as imagens dos meios de divulgação sob sua gestão. Além disso, os autores ainda ressaltam que o empregado deve ter o direito de visualizar e aprovar o material finalizado antes de sua divulgação pública, garantindo que sua

imagem, voz ou participação não sejam editadas fora de contexto ou utilizadas de forma que comprometa sua dignidade, honra ou intenção original (Oliveira *et al.*, 2025). Infere-se, portanto, que os mecanismos supramencionados funcionando como verdadeiras ferramentas da *compliance* no âmbito laboral, ao fomentar a participação dos empregados na gestão das mídias corporativas das quais eles fazem parte e propiciar, através de feedbacks dos próprios colaboradores, por exemplo, relações de trabalho saudáveis e uma redução dos riscos na utilização da imagem dos empregados.

Ademais, o uso da imagem do empregado com fins comerciais, especialmente em campanhas publicitárias que geram lucro para a empresa, impõe o dever de remuneração. A jurisprudência, como ora explanado neste trabalho, entende que o uso da imagem para fins econômicos, mesmo com autorização, deve ser acompanhado de compensação financeira adequada, tendo em vista que a imagem do trabalhador não pode ser tratada como ativo gratuito da empresa e sim reconhecida como bem jurídico de valor moral e econômico, cuja exploração exige negociação e retribuição proporcional (Ramos, 2022).

Nesse sentido, como pontua Ramos (2022), a remuneração adicional pela exploração desse direito deve observar a frequência com que os conteúdos audiovisuais envolvendo os empregados são publicados ou republicados em redes sociais e meios digitais, sendo devida mensalmente durante o período em que houver utilização da imagem.

Outro pilar essencial nas políticas de *compliance* trabalhista é a educação corporativa. É imprescindível que os gestores e os próprios empregados recebam treinamentos periódicos sobre os direitos da personalidade, com enfoque na proteção da imagem, da privacidade e da integridade moral no ambiente de trabalho. A cultura empresarial deve estar alinhada aos princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana e da valorização do trabalho, para que o respeito aos direitos individuais seja percebido como valor institucional, e não mera formalidade jurídica (Oliveira *et al.*, 2025). Azevedo e Jahn (2020) salientam, ainda, que a adoção eficaz de práticas de *compliance* contribui para o fortalecimento da organização e agrega valor à corporação, ao estabelecer com clareza os princípios e diretrizes que devem ser seguidas por todos os membros, garantindo preventivamente a redução de riscos e impactos negativos à atividade empresarial.

Dentro desse raciocínio, Rabelo (2018) entende que o *compliance* trabalhista proporciona um controle mais eficiente sobre as interações entre a empresa e seus colaboradores, permitindo a aplicação de sanções adequadas e a adoção de ações corretivas concretas, possuindo como um de seus objetivos principais a prevenção e eliminação de práticas nocivas, como discriminação, assédio moral ou sexual, atos de corrupção e condutas

que comprometam a saúde e segurança no ambiente de trabalho, contribuindo para a construção de um ambiente corporativo íntegro e respeitoso.

A partir dessa linha de pensamento, quanto às questões envolvendo assédio moral – principal ato que acomete o trabalhador na exploração indevida de sua imagem –, este caracteriza, conforme a Cartilha de Prevenção ao Assédio Moral do TST (2023) como o termo utilizado para a classificação de toda e qualquer conduta abusiva e reiterada, expressa por meio de atitudes, palavras, gestos, ações ou comunicações escritas, que resultem em prejuízos à dignidade, à integridade física ou psicológica do indivíduo, de modo comprometem não apenas a saúde mental do trabalhador, mas também colocam em risco sua estabilidade no emprego e contribuem para a deterioração do ambiente laboral. Conciliado a isso, Zanetti (2018) exemplifica que o assédio vertical, ou seja, aquele que ocorre quando o agressor é o superior hierárquico, é o mais comum, uma vez que a posição de desequilíbrio de poder entre as partes facilita o seu abuso.

Diante desse cenário imposto, as empresas devem criar, como ferramentas de *compliance*, por exemplo, canais internos de denúncia e comitês de ética destinados a receber, analisar e resolver conflitos envolvendo os desrespeitos às prerrogativas e aos direitos da personalidade do trabalhador – inclusive seu direito à imagem –, visto que a existência de mecanismos seguros e imparciais fortalece a confiança dos empregados na política institucional e previne abusos decorrentes do uso arbitrário do poder diretivo. Corroborando com essa orientação abordada o pensamento exarado por Gimenez (2017, p. 10):

Primeiramente, sob o olhar de Compliance, é recomendável que a empresa tenha um Processo ou Procedimento interno que, em linhas gerais, dê clareza para o empregado de como funciona o procedimento investigatório interno da empresa, estabelecendo, por exemplo, as fases da investigação, recebimento da preocupação, forma de comunicação do caso ao Comitê, como será realizada a oitiva de testemunhas, quais assuntos serão tratados internamente ou com auxílio de escritório externo, prazos para cada etapa e prazo limite para a conclusão da investigação.

Ademais, torna-se relevante apontar que esses comitês podem também funcionar, por exemplo, como instâncias consultivas, avaliando previamente campanhas que envolvam exposição de empregados e assegurando que todos os requisitos legais e éticos estejam sendo cumpridos.

Por fim, quanto ao tratamento de dados do trabalhador, Guedes (2023) entende que ao explorar a imagem do empregado como um dado, o empregador poderá se utilizar de três vias: o tratamento pelo consentimento, o tratamento pelo legítimo interesse e o tratamento pela execução do contrato laboral.

Na primeira e na terceira hipótese, uma vez que o consentimento deve ser livre, informado e inequívoco, o titular de dados deve estar ciente sobre a finalidade, duração do tratamento e os direitos que possui, de modo que o termo, que precisa ser assinado pelo empregado, ou as cláusulas inseridas no contrato laboral que permitem a exploração desse direito, devem ser elaborados contendo premissas básicas como: a autorização de uso de imagem, em que o titular declara que autoriza a organização a usar as gravações em seu site, plataformas digitais, redes sociais e outras mídias, desde que apenas para os fins especificados e previamente pactuados e de modo que não haja violação da minha imagem ou reputação do empregado; os direitos dos titulares dos dados de forma taxativa, como solicitação de acesso dos dados pessoais tratados nas gravações e a correção ou atualização destes; e a revogação do consentimento dado, de modo que o empregado possa revogar seu consentimento a qualquer momento, mediante solicitação à organização, sem prejuízo de eventual armazenamento dos dados pessoais tratados até o momento da revogação (Guedes, 2023).

A diferença entre a primeira e a terceira hipótese de tratamento de dados ora explanadas é que aquela é feita por meio de termo assinado à parte do contrato de trabalho já pactuado, enquanto esta se perfaz dentro do próprio contrato laboral e pactuada no momento de assinatura deste. Quanto à segunda hipótese de tratamento, Guedes (2023) entende que, caso a entidade empregadora opte por fundamentar o tratamento dos dados dos trabalhadores com base no legítimo interesse, será necessário a realização de uma Avaliação de Impacto à Proteção de Dados (AIPD), a fim de verificar se a operação é proporcional, adequada e realmente indispensável ao objetivo proposto.

Nessa circunstância, o autor entende que a empresa deverá implementar salvaguardas técnicas e administrativas eficazes para assegurar a integridade e a confidencialidade dos dados pessoais dos empregados, como: a realização de treinamentos com os trabalhadores sobre proteção de dados e privacidade; a garantia de transparência e clareza em relação ao tratamento de dados pessoais, informando aos trabalhadores seus direitos e sobre o uso que será dado às gravações de suas imagens; a instituição de procedimentos de segurança para garantir a integridade, confidencialidade e disponibilidade dos dados pessoais dos trabalhadores; e a constante revisão das políticas e procedimentos relacionados ao tratamento de dados pessoais dos trabalhadores, bem como a realização de auditorias internas para garantir a conformidade com a LGPD (Guedes, 2023).

Desse modo, pode-se inferir que as ações ora citadas encaixam-se de maneira cristalina na definição de *compliance* trabalhista, ao impor à adoção de políticas e tratativas de privacidade e segurança da informação, realização de treinamentos e capacitações para os

trabalhadores e adoção de mecanismos de proteção de dados como medidas que visem evitar ou minimizar os riscos inerentes às ações das organizações que se utilizam da imagem de seus empregados em peças publicitárias (Guedes, 2023).

Diante do exposto, observa-se que a incorporação do direito à imagem do trabalhador nas práticas empresariais exige mais do que simples autorização: demanda uma estrutura corporativa comprometida com o respeito à dignidade da pessoa humana e com a observância rigorosa das normas constitucionais, infraconstitucionais e regulamentares aplicáveis. O *compliance* trabalhista, nesse sentido, emerge como um instrumento estratégico e indispensável, não apenas para mitigar riscos e responsabilidades jurídicas, mas também para fomentar um ambiente de trabalho pautado na ética, na transparência e na valorização dos direitos fundamentais (Kruppa; Gonçalves, 2021) .

A implementação de políticas claras, treinamentos recorrentes, instrumentos contratuais específicos, canais seguros de denúncia e estruturas de governança são medidas que, articuladas de forma eficaz, garantem maior equilíbrio entre os interesses empresariais e os direitos da personalidade do trabalhador (Bertolin; Buzzo, 2022). Essas iniciativas permitem que a imagem do empregado, embora utilizada com fins institucionais ou mercadológicos, não seja dissociada de seu valor moral e humano, evitando violações que possam comprometer sua integridade física, psíquica ou emocional.

Dessa forma, torna-se evidente que o uso responsável da imagem do empregado, sustentado por um programa de *compliance* robusto e bem estruturado, é não apenas uma consequência legal, mas um compromisso ético com a promoção de relações laborais mais justas, seguras e coerentes com os princípios constitucionais que regem o Estado Democrático de Direito.

4.2 Legislação doméstica e comparada que mais se aproximam de uma legislação específica à temática

A história do ordenamento jurídico brasileiro revela uma constante influência de sistemas jurídicos estrangeiros em sua estrutura normativa, desde o período colonial até os dias atuais (Miragem, 2019). A própria formação do Direito Civil brasileiro, por exemplo, teve forte inspiração no Código Civil francês de 1804 (Código Napoleônico) e no Código Alemão de 1900 (BGB), influenciando a elaboração do Código Beviláqua e do Código Civil de 2002, conforme ensina Souza (2004), enquanto no campo do Direito do Trabalho, a encíclica *Rerum Novarum* do Papa Leão XII, de 1891, a Constituição Mexicana, de 1917,

e as convenções e recomendações da Organização Internacional do Trabalho (OIT) foram fundamentais para a formulação do direito laboral no Brasil e, por consequência, influenciaram a formação da Consolidação das Leis do Trabalho (Cerqueira *et al.*, 2023). Esse processo histórico demonstra que a recepção e a adaptação de experiências legislativas estrangeiras sempre desempenharam papel relevante na construção normativa nacional.

Com a intensificação da globalização e da interconexão entre os sistemas jurídicos, torna-se ainda mais pertinente a utilização do direito comparado como ferramenta metodológica para o aperfeiçoamento das normas brasileiras. A observação de legislações estrangeiras bem estruturadas, especialmente na seara da proteção de dados e dos direitos da personalidade no contexto laboral, como o Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia, o Código do Trabalho de Portugal, o Estatuto dos Trabalhadores da Espanha ou a Lei Federal do Trabalho do México, fornece ao legislador brasileiro referências sólidas sobre boas práticas e soluções normativas já testadas em realidades semelhantes.

Nessa seara de exemplos, importa salientar que o ponto de partida para exploração da imagem do empregado encontra, como ora estudado, base e também restrição nos direitos fundamentais, o que inclui os direitos da personalidade e as características inerentes a estes. Desse modo, diferente da CLT, que se debruça de forma ínfima ou de modo quase inexistente sobre estas prerrogativas, a legislação trabalhista do México, também conhecida como *Ley Federal del Trabajo* de 1970, dedica o título primeiro, que vai dos artigos 1º ao 19, aos princípios gerais que regem a relação laboral no país. O artigo 2º³⁷ da referida legislação impõe que as normas trabalhistas visem alcançar o equilíbrio entre os fatores de produção e a justiça social, bem como promover o trabalho decente em todas as relações laborais, além de consagrar expressamente a dignidade humana do trabalhador como pilar nas relações trabalhistas ao estipular que o labor decente é definido como aquele a qual a dignidade humana daqueles que o exercem é totalmente respeitada (México, 1970).

Ademais, torna-se ainda mais evidente a atenção que a *Ley Federal del Trabajo* direciona à direitos e prerrogativas básicas dos trabalhadores quando o seu artigo 3º - Terceiro³⁸ passa a entender o trabalho como um direito e um dever social, não sendo uma

³⁷ Artículo 2º - Las normas del trabajo tienden a conseguir el equilibrio entre los factores de la producción y la justicia social, así como propiciar el trabajo digno o decente en todas las relaciones laborales. Se entiende por trabajo digno o decente aquél en el que se respeta plenamente la dignidad humana del trabajador; no existe discriminación por origen étnico o nacional, género, edad, discapacidad, condición social, condiciones de salud, religión, condición migratoria, opiniones, preferencias sexuales o estado civil; se tiene acceso a la seguridad social y se percibe un salario remunerador; se recibe capacitación continua para el incremento de la productividad con beneficios compartidos, y se cuenta con condiciones óptimas de seguridad e higiene para prevenir riesgos de trabajo. [...]

³⁸ Artículo 3º - El trabajo es un derecho y un deber social. No es artículo de comercio, y exige respeto para las libertades y dignidad de quien lo presta, así como el reconocimiento a las diferencias entre hombres y mujeres

mercadoria e possuindo, portanto, a incubencia de respeito às liberdades e à dignidade de quem o exerce, devendo a atividade laboral ser exercida em condições que garantam uma vida digna e boa saúde aos trabalhadores e seus dependentes (México, 1970). Além disso, a própria legislação em questão é enfática ao conceituar a figura do assédio moral. A norma em questão, de modo taxativo, compreende o assédio como sendo “o exercício de poder em relação de real subordinação da vítima ao agressor no ambiente de trabalho, que se expressa em conduta verbal, física ou ambas” (México, 1970, *online*).

Observa-se que os conceitos abordados pela legislação estrangeira em questão conversam com as ferramentas de *compliance* trabalhistas descritas na seção anterior deste estudo, uma vez que delimitam de forma clara os conceitos necessários para a identificação de abusos no ambiente laboral, bem como servem como base para a realização de investigações e aplicação de penalidades caso a caso. Conciliado a isso, a legislação laboral mexicana, em seu artigo 153-A³⁹, determina que os empregadores forneçam a todos os trabalhadores treinamento que lhes permitirá melhorar seu padrão de vida, suas habilidades profissionais e sua produtividade, de acordo com planos e programas formulados em comum acordo entre o empregador e o sindicato ou a maioria de seus trabalhadores (México, 1970).

O objetivo desse programa, segundo o artigo 153-C⁴⁰ da legislação em análise, é, entre outros, atualizar e aprimorar os conhecimentos e habilidades dos trabalhadores e fornecer-lhes informações para que possam aplicar em suas atividades, bem como para informar sobre as disposições contidas nas normas oficiais mexicanas sobre segurança, saúde e meio ambiente de trabalho que lhes sejam aplicáveis (México, 1970). Infere-se, portanto, que para além de normas que tutelam a segurança dos trabalhadores, estes mecanismos coadunam com as estratégias de *compliance* laboral, ao fomentar nas corporações a estruturação de programas que visem a instrução do empregado nas suas tarefas e nas tomadas de decisões de seu cotidiano profissional – o que inclui, por exemplo, a autorização ou não para a utilização de sua imagem pelo empregador.

para obtener su igualdad ante la ley. Debe efectuarse en condiciones que aseguren la vida digna y la salud para las y los trabajadores y sus familiares dependientes. [...]

³⁹ Artículo 153 A - Los patrones tienen la obligación de proporcionar a todos los trabajadores, y éstos a recibir, la capacitación o el adiestramiento en su trabajo que le permita elevar su nivel de vida, su competencia laboral y su productividad, conforme a los planes y programas formulados, de común acuerdo, por el patrón y el sindicato o la mayoría de sus trabajadores. [...]

⁴⁰ Artículo 153 C - El adiestramiento tendrá por objeto: I. Actualizar y perfeccionar los conocimientos y habilidades de los trabajadores y proporcionarles información para que puedan aplicar en sus actividades las nuevas tecnologías que los empresarios deben implementar para incrementar la productividad en las empresas; [...]

Por fim, o artigo 18⁴¹ da legislação em questão determina que, na interpretação das normas trabalhistas, serão considerados os propósitos previstos nos artigos 2º e 3º e, em caso de dúvida, prevalecerá a interpretação mais favorável ao trabalhador (México, 1970).

Esse entendimento não se consagra de forma pungente na CLT, uma vez que os princípios da proteção ao trabalhador e da norma mais favorável a este existentes no ordenamento jurídico brasileiro foram inaugurados pela doutrina e pela jurisprudência, enquanto na legislação encontram respaldo, de forma ínfima e quase que exclusivamente, no artigo 468 da CLT, que determina que nos contratos individuais de trabalho só é lícita a alteração das respectivas condições por mútuo consentimento e desde que não resultem, direta ou indiretamente, prejuízos ao empregado, sob pena de nulidade da cláusula infringente desta garantia (Brasil, 1943).

Ainda que a presença dos princípios citados sejam expressados por meio do artigo da CLT ora analisado, Vieira (2019) entende que, por meio da Reforma Trabalhista de 2017 – Lei nº 13.467 de 2017, estes obtiveram sua lógica modificada pela alteração no artigo 620 da CLT, visto que este passou a determinar que o acordo coletivo de trabalho sempre prevalecerá sobre a convenção coletiva de trabalho. Para o autor, diante de uma regra legal existente e outra no acordo coletivo de trabalho, ao prevalecer a norma menos benéfica em resultado de uma negociação coletiva, o princípio da norma mais favorável, por exemplo, deixa de ser imperativo no direito do trabalho no Brasil (Vieira, 2019).

Ademais, diante de uma nova ótica, é relevante quando a legislação trabalhista assume, também, papel proeminente na proteção dos dados dos empregados, como ocorre no Código do Trabalho de Portugal e no Estatuto dos Trabalhadores da Espanha (*Ley del Estatuto de los Trabajadores*).

Na norma trabalhista lusitana – Lei n.º 7/2009 de 12 de Fevereiro –, os legisladores portugueses optaram pela tutela dos dados dos empregados diretamente na referida norma, ao determinar, por meio do artigo 17⁴², que o empregador não pode exigir do trabalhador informações relativas a sua vida privada, salvo quando estas sejam estritamente necessárias e relevantes para avaliar a respectiva aptidão no que respeita à execução do contrato de trabalho e seja fornecida por escrito a respectiva fundamentação (Portugal, 2009).

⁴¹ Artículo 18 - En la interpretación de las normas de trabajo se tomarán en consideración sus finalidades señaladas en los artículos 2o. y 3o. En caso de duda, prevalecerá la interpretación más favorable al trabajador.

⁴² Artigo 17.º - Protecção de dados pessoais 1 - O empregador não pode exigir a candidato a emprego ou a trabalhador que preste informações relativas: a) À sua vida privada, salvo quando estas sejam estritamente necessárias e relevantes para avaliar a respectiva aptidão no que respeita à execução do contrato de trabalho e seja fornecida por escrito a respectiva fundamentação; [...] 5 - Constitui contra-ordenação muito grave a violação do disposto nos n.os 1 ou 2.

Além disso, o referido artigo ainda garante ao trabalhador o direito de controle dos respectivos dados pessoais, podendo tomar conhecimento do seu teor e dos fins a que se destinam, bem como exigir a sua retificação e atualização, constituindo violação a não observância dessas prerrogativas (Portugal, 2009).

O Estatuto dos Trabalhadores da Espanha – Real Decreto Legislativo n.º 2/2015 de 23 de outubro –, por sua vez, consagra os direitos dos trabalhadores à privacidade em relação ao ambiente digital e à desconexão por meio de seu artigo 20 bis⁴³, determinado que os trabalhadores têm direito à privacidade na utilização dos dispositivos digitais que lhes são disponibilizados pela sua entidade empregadora, à desconexão digital e à privacidade na utilização dos dispositivos de videovigilância e geolocalização, nos termos estabelecidos na legislação vigente em matéria de proteção de dados pessoais e de garantia dos direitos digitais (Espanha, 2015).

Ainda dentro da seara de proteção de dados, quanto ao Regulamento Geral de Proteção de Dados – que serviu de base de influência para a formulação da LGPD no Brasil –, este dedica seu artigo 88 inteiramente para regular o processamento de dados no contexto do emprego. O artigo em questão permite aos Estados-Membros da União Europeia, por lei ou por convenções coletivas, prever regras mais específicas que visem garantir a proteção dos direitos e liberdades no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais dos trabalhadores no contexto laboral, de modo que essas normas ainda devem prever medidas apropriadas e específicas voltadas à proteção da dignidade da pessoa humana, dos direitos fundamentais e dos interesses legítimos do titular dos dados, com ênfase na transparência do tratamento, nas transferências de dados entre empresas de um mesmo grupo econômico ou atuantes em atividade conjunta, bem como na regulamentação de mecanismos de monitoramento no ambiente laboral (União Europeia, 2016).

Ademais, a referida norma europeia ainda traz em sua regulamentação o Considerando nº 43 (União Europeia, 2016, *online*) que impossibilita o tratamento de dados diante da existência de um desequilíbrio de poder entre o titular e o controlador:

(43) A fim de assegurar que o consentimento é dado de livre vontade, este não deverá constituir fundamento jurídico válido para o tratamento de dados pessoais em casos específicos em que exista um desequilíbrio manifesto entre o titular dos dados e o responsável pelo seu tratamento, nomeadamente quando o responsável pelo

⁴³ Artículo 20 bis. Derechos de los trabajadores a la intimidad en relación con el entorno digital y a la desconexión - Los trabajadores tienen derecho a la intimidad en el uso de los dispositivos digitales puestos a su disposición por el empleador, a la desconexión digital y a la intimidad frente al uso de dispositivos de videovigilancia y geolocalización en los términos establecidos en la legislación vigente en materia de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales.

tratamento é uma autoridade pública pelo que é improvável que o consentimento tenha sido dado de livre vontade em todas as circunstâncias associadas à situação específica em causa. Presume-se que o consentimento não é dado de livre vontade se não for possível dar consentimento separadamente para diferentes operações de tratamento de dados pessoais, ainda que seja adequado no caso específico, ou se a execução de um contrato, incluindo a prestação de um serviço, depender do consentimento apesar de o consentimento não ser necessário para a mesma execução.

Este considerando possui o intuito de resguardar o direito de dados do titular diante de uma relação de hipossuficiência e, apesar de expressamente direcionar suas considerações para a relação de tratamento de dados em que o controlador é uma autoridade pública, poderá se aplicar às relações laborais, como entende o Comitê Europeu para a Proteção de Dados ou *European Data Protection Board*, por meio das Diretrizes 05/2020 relativas ao consentimento na aceção do Regulamento 2016/679 (*European Data Protection Board*, 2020, p. 10), vejamos:

Também ocorrem desequilíbrios de poder em contexto laboral. Atendendo à dependência que resulta da relação empregador/trabalhador, é improvável que o titular dos dados possa recusar ao seu empregador o consentimento para o tratamento dos dados sem que haja medo ou risco real de consequências negativas decorrentes da recusa. É improvável que um trabalhador responda livremente ao pedido de consentimento do empregador para, por exemplo, ativar sistemas de controlo como a observação do local de trabalho através de câmaras ou preencher formulários de avaliação, sem sentir qualquer tipo de pressão para dar esse consentimento. Por conseguinte, o GT29 considera problemática a questão de os empregadores procederem ao tratamento de dados pessoais dos seus trabalhadores atuais ou futuros com base no consentimento, uma vez que é improvável que esse consentimento seja dado de livre vontade. Relativamente à maior parte deste tratamento de dados no local de trabalho, o fundamento legal não pode nem deve ser o consentimento dos trabalhadores [artigo 6.º, n.º 1, alínea a)], devido à natureza da relação entre empregador e trabalhador. Contudo, isto não significa que os empregadores nunca possam utilizar o consentimento como fundamento legal para o tratamento. Pode haver situações em que seja possível ao empregador demonstrar que o consentimento foi dado livremente. Atendendo ao desequilíbrio de poder entre empregadores e empregados, estes só podem dar o seu consentimento livremente em circunstâncias excecionais, quando o ato de dar ou recusar o consentimento não produza quaisquer consequências negativas

[Exemplo 5] Uma equipa de filmagem pretende filmar determinada parte de um escritório. O empregador solicita o consentimento de todos os trabalhadores que se sentam nessa zona do escritório para serem filmados, uma vez que podem aparecer em segundo plano nas filmagens do vídeo. Os trabalhadores que não quiserem ser filmados não serão de forma alguma penalizados, uma vez que serão colocados noutra local de trabalho equivalente numa outra zona do edifício enquanto durar a filmagem.

Como bem pontuado pelo referido grupo de trabalho, a proteção dada ao consentimento pela norma não significa que em nenhuma hipótese o empregador não poderá utilizar-se dos dados do empregado – o que inclui a imagem destes, conforme exemplo presente nas Diretrizes 05/2020 do referido comitê –, podendo a exploração desse direito ocorrer em ocasiões em que o empregador demonstrar que o consentimento foi dado

livremente e consiga comprovar que o ato de recusar ou não a autorização de sua imagem pelo trabalhador não implicasse em nenhuma consequência desvantajosa à este (*European Data Protection Board*, 2020).

Diante do todo exposto, infere-se que o direito comparado surge como ferramenta de grande valia para fortalecer a segurança jurídica e proteger o trabalhador em um contexto cada vez mais conectado e vulnerável. A análise comparada com normas de países como México, Espanha e Portugal mostra que essas legislações incorporam, de forma clara e direta, a proteção dos dados pessoais e, por consequência, da imagem dos trabalhadores, tanto na legislação laboral como na protetora de dados, reforçando princípios como a dignidade humana e a justiça social e servindo como parâmetro de melhoria e modernização da CLT e da LGPD, com a inclusão expressa de diretrizes e princípios basilares quanto ao direitos da personalidade dos empregados nas normas trabalhistas e a criação de mecanismos que assegurem desde logo a tutela desses direitos quando são utilizados como dados nos meios digitais.

Para além da análise do direito comparado, diante das lacunas normativas observadas no ordenamento jurídico brasileiro e da necessidade de formulação de uma legislação específica que discipline o uso da imagem do trabalhador em campanhas institucionais e comerciais, é relevante voltar-se à legislação doméstica na procura de normas que regulam, mesmo que minimamente, a exploração da imagem de trabalhadores. Em adição às legislações até o momento citadas – CCB e LGPD, por exemplo –, a Lei Pelé (Lei nº 9.615/1998) mostra-se como um bom modelo a ser seguido.

Com o avanço das práticas comerciais envolvendo a imagem de atletas, tornou-se indispensável a criação de um marco legal específico que assegurasse a proteção dos direitos desses profissionais no exercício de suas atividades, de modo que, com base nessa necessidade, foi promulgada, em 24 de março de 1998, a Lei nº 9.615/1998, amplamente conhecida como Lei Pelé (Tindou, 2015). A situação vivenciada pelos clubes esportivos – que passaram a ter maior parte de sua renda com o televisionamento de jogos do que com a receita auferida em bilheteria – transformou significativamente a dinâmica na seara esportiva (Biehl, 2003). Conforme acrescenta Tindou (2015), diante da complexidade dessas interações e do aumento dos interesses econômicos envolvidos — especialmente no uso da imagem dos atletas como ativos de mercado —, tornou-se imprescindível um arcabouço jurídico que regulasse essas relações, de modo que a Lei Pelé veio suprir a lacuna normativa, reconhecendo a imagem do desportista como um direito passível de proteção e negociação, diante de um setor esportivo cada vez mais inserido na lógica de consumo e entretenimento.

A referida lei traz, expressamente por meio de seu artigo 87-A⁴⁴, a possibilidade de exploração da imagem do trabalhador – no caso, o atleta –, definindo que o direito ao uso da imagem do atleta pode ser por ele cedido ou explorado, mediante ajuste contratual de natureza civil, instrumento este que deve fixar os direitos, deveres e condições inconfundíveis com o contrato especial de trabalho desportivo (Brasil, 1998).

Assim, é possível observar que o legislador brasileiro optou, diante de um cenário novo à época, regular o direito de imagem de uma categoria profissional em específico. Esta situação muito se assemelha com o objeto de estudo dessa pesquisa – a exploração da imagem dos trabalhadores –, de modo que essa linha de pensamento é explanada, inclusive, pela jurisprudência. Vejamos:

RECURSOS ORDINÁRIOS. RECURSO DO RECLAMANTE. USO DA IMAGEM. SEM PRÉVIA AUTORIZAÇÃO. DEVIDA INDENIZAÇÃO. **A imagem do empregado não é contratada, quando ele firma o contrato de emprego. Para tanto, indispensável a existência de cláusula própria para cobrir este aspecto - como se vê, constantemente, nos contratos entre atletas profissionais e agremiações desportivas, pelo qual o direito de imagem pode ser objeto de negócio, rendendo para as entidades de prática desportiva proveito econômico derivado não diretamente do trabalho, mas imagem de seu atleta, por exemplo, com a exibição do nome dos patrocinadores ou de empresas que fabricam materiais esportivos.** A exploração da imagem do empregado, para a veiculação de propagandas de marcas outras, que não a sua empregadora, não está amparada pelo pagamento do salário e merece, como dito, remuneração específica. Em não sendo previamente acordado entre as partes, o uso da imagem viola direito do empregado e enseja o dever de indenizar. Recurso parcialmente provido. RECURSO DA RECLAMADA ATUALIZAÇÃO MONETÁRIA. ÍNDICE. TRD OU IPCA-E. Mediante ressalva de meu entendimento, mas curvando-me à posição da maioria desta E. 1ª Turma, determino a adoção da IRD como critério de atualização dos créditos até 24/03/2015 e o IPCA-E como critério de atualização dos créditos a contar de 25/03/2015, tendo a compreensão de que irá resguardar o direito subjetivo do credor trabalhista à própria atualização e, de igual modo, o direito de propriedade que lhe é assegurado constitucionalmente (artigo 5º, XXII)", assim também a proteção à coisa julgada e à isonomia de tratamento (art. 5º, caput), como arrazoados nos autos da Ar-gInc-479-60.2011.5.04.0231. Recurso parcialmente provido. (TRT-1 - RO - 0011372-17.2015.5.01.0082, Relator: Bruno Losada Albuquerque Lopes, Data de Julgamento: 22/08/2018, 1ª Turma, Data de Publicação: 29/08/2018) (grifou-se)

O juízo, no julgado em questão, ao entender que a utilização da imagem do empregado não decorre naturalmente do contrato de trabalho, evidencia a necessidade de cláusula própria para a exploração desse direito, exemplificando a questão por meio dos contratos de licenciamento de imagem de atletas (Rio de Janeiro, 2015).

⁴⁴ Art. 87-A. O direito ao uso da imagem do atleta pode ser por ele cedido ou explorado, mediante ajuste contratual de natureza civil e com fixação de direitos, deveres e condições inconfundíveis com o contrato especial de trabalho desportivo.

Assim sendo, diante de um novo contexto – como ocorreu em cenário prévio à sanção da Lei Pelé – em que o direito em questão é posto em cheque pela sua utilização indevida nos meios de comunicação digital da entidade empregadora, urge a necessidade de uma norma específica que regule a exploração desse direito e esteja em sintonia com a sistemática constitucional e infraconstitucional existente no ordenamento jurídico brasileiro, sobretudo em considerar as especificidades das relações laborais, como a proteção ao hipossuficiente (Gomes, 2024).

4.3 A regulamentação normativa como mitigante da desarmonização nas relações de trabalho e estimulante da segurança jurídica

A ausência de uma legislação trabalhista específica que trate diretamente da exploração da imagem do empregado representa uma lacuna normativa significativa no ordenamento jurídico brasileiro. Em um contexto em que as relações de trabalho estão cada vez mais atravessadas por práticas digitais e estratégias de marketing corporativo que utilizam a imagem dos trabalhadores como instrumento de engajamento, a ausência de parâmetros legais claros impõe um grande esforço hermenêutico para garantir a devida tutela desse direito fundamental (Araújo, 2017).

Atualmente, para que se compreenda quais os limites, deveres e garantias relacionados ao uso da imagem do empregado, é necessário, como exemplificado no corpo deste estudo, transitar por diversas normas esparsas — como os dispositivos constitucionais que tratam dos direitos da personalidade, artigos do Código Civil, dispositivos da CLT, da Lei Geral de Proteção de Dados e até mesmo a jurisprudência consolidada. Essa fragmentação exige um percurso interpretativo complexo, que compromete a segurança jurídica tanto para o empregador quanto para o trabalhador.

Desse modo, uma reformulação na legislação trabalhista brasileira que venha a inserir em seu corpo normativo o respeito à dignidade humana do trabalhador e aos direitos fundamentais e da personalidade, a exemplo do que ocorre nos artigos 1º ao 19 da legislação laboral mexicana ora analisada, tenderia, de forma evidente, a proteger o trabalhador diante da clara relação de hipossuficiência e como mecanismos de segurança jurídica, de modo a mitigar a necessidade de buscar-se, por meio da legislação extravagante ou da judicialização, a tutela de direitos basilares, visto que as partes da relação empregatícia passariam a saber, desde logo, os princípios e prerrogativas que a regem, uma vez que estes estejam inseridos diretamente na norma trabalhista.

Outra medida que se mostra relevante é a inserção, na norma trabalhista nacional, de parâmetros mínimos de proteção e gestão de dados dos trabalhadores, à vista do que ocorre nos 17 do Código do Trabalho de Portugal e no artigo 20 Bis do Estatuto dos Trabalhadores da Espanha. Infere-se, diante do todo analisado, que as prerrogativas inseridas diretamente nas legislações trabalhistas ora citadas, apesar de discretas, tutelam, desde logo, os dados dos empregados como face dos direitos da personalidade e servem de princípios norteadores quanto à possibilidade de exploração desses direitos pelo empregador nas relações de trabalho.

Conciliado a isso, torna-se parâmetro a ser seguido pela legislação trabalhista nacional a implementação, em seu corpo normativo, de determinações que fomentem o *compliance* laboral – como aquelas presentes na *Ley Federal del Trabajo* e na LGPD –, uma vez que este instituto constitui o ramo voltado à observância das normas legais e regulamentares que disciplinam as relações de trabalho com o viés de assegurar que a atuação empresarial esteja em plena conformidade com a legislação trabalhista aplicável, bem como garantir a efetividade dos direitos dos trabalhadores e prevenir a ocorrência de condutas abusivas, irregulares ou ilícitas (Marinho; Mader, 2024). Assim, a determinação legal de instituição de políticas de privacidade que tutelam os direitos dos empregados na seara digital e que qualificam as responsabilidades do empregador, bem como a instituição de termos de autorização expressa para tratamento de dados dos trabalhadores, ao ser implementada nas empresas, tende a minimizar ou até mesmo eliminar os riscos quanto às violações que possam ocorrer no tratamento desses dados (Gauriau, 2021; Estevão; Lima; Silva, 2022)

Ademais, esses mecanismos de *compliance* trabalhista poderiam funcionar como ferramentas que chamassem mais atenção do usuário em uma tomada de decisão informada por sua parte, de modo a extrair uma carga participativa maior do titular dos dados. Conforme Bioni (2019), deve haver um alerta que isole não só o dever-direito de informação, como também, a declaração de vontade, vinculando expressamente a situação ao consentimento específico previamente estabelecido para o tratamento dos dados.

Para além disso, quanto à fragilidade apresentada em relação ao consentimento na relação laboral, pequenas mudanças poderiam ser realizadas na lei protetora de dados nacional, como a destinação de um sessão específica para o tratamento de dados na relação de emprego de modo que garanta prerrogativas básicas do trabalhador nesse tratamento, bem como a limitação desse consentimento diante de um claro desnível de poder, assim como ocorre, respectivamente, com o artigo 88 e o Considerando nº 43, ambos da RGPD.

De igual modo, com a finalidade de que o consentimento deixe de ter sua validade atrelada a uma questão meramente procedimental e para que haja uma tomada de decisão sobre os dados do titular que se aproxime mais dos objetivos tutelados pela LGPD, a simples troca da característica “específico”, no consentimento, por “expresso” – como ocorre no RGPD –, ou até mesmo a adição deste termo junto ao primeiro, tornaria a norma mais sólida e representaria um nível maior e mais consciente de participação do indivíduo no fluxo de dados (Bioni, 2019).

Por fim, uma legislação que expresse e garanta prevalência dos direitos citados, torna-se barreira cristalina que, se não impede, mitiga os subterfúgios e desrespeitos que possam acometer o trabalhador – como os abusos ora estudado na exploração da imagem do empregado –, seja impedindo a disposição indevida dessas prerrogativas por meio de acordo empregatício pactuado entre o trabalhador e o empregador, seja impedindo que normas coletivas possam restringir prerrogativas basilares desse grupo vulnerável (Pires; Silva, 2021).

Portanto, um instrumento análogo, fruto de uma legislação específica, poderia prever expressamente limites à violação da imagem do trabalhador e de pareamento das partes no momento da negociação da imagem (Araújo, 2017), exigindo, a título de exemplo, contrato específico para licenciamento de imagem ou cláusulas robustas quando há essa exploração no contrato laboral, com detalhamento da finalidade, da duração e do consentimento informado, de modo a harmonizar com a legislação existente aqui já abordada – sobretudo os artigos 8º da LGPD e 87-A da Lei Pelé. Ademais, a ausência desses elementos deveria acarretar, por exemplo, nulidade da autorização – conversando novamente com o artigo 8º da LGPD – e eventual indenização por danos morais e, a depender de cada caso, materiais – assimilando-se com o artigo 42 da LGPD e os artigos 20, 187 e 927 do CCB.

Diante de todo o exposto, a reformulação das legislações vigentes, conciliada à criação de um marco normativo específico se mostra indispensável (Gomes, 2024). Uma legislação própria sobre o uso da imagem do empregado teria o papel de sistematizar direitos, deveres, limites e compensações, com base em princípios como o da dignidade da pessoa humana, da boa-fé e do consentimento livre e informado, de modo a fortalecer algo já explanado pelo arcabouço legal. Esta normatização não apenas protegeria o trabalhador da utilização abusiva de sua imagem no ambiente corporativo, mas também promoveria maior previsibilidade e equilíbrio nas relações laborais, evitando abusos derivados da assimetria de poder que caracteriza o vínculo empregatício, desde os seus parâmetros clássicos, perpassando a necessidade contemporânea de preocupação com os grupos vulneráveis.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho aborda a crescente prática empresarial de utilizar a imagem de seus empregados em campanhas publicitárias digitais, especialmente nas redes sociais, sem o devido respaldo legal, contratual ou compensatório. O estudo parte da constatação de que, no ambiente de trabalho, há uma hierarquia natural que compromete a liberdade de consentimento do trabalhador, tornando-o vulnerável a pressões sutis ou explícitas para permitir a captação e o uso de sua imagem.

A partir disso, o referido estudo propôs-se a examinar os impactos jurídicos, sociais e éticos da utilização da imagem do empregado em peças publicitárias veiculadas pelo empregador, observando as causas que levam a isso, os limites e responsabilidades dessa ação e como ela colide com direitos fundamentais da personalidade – como o direito à imagem, à privacidade e à dignidade humana –, de modo a suplantar a necessidade tanto de uma melhora no arcabouço legal quanto de formulação de uma legislação que trate especificamente a temática, alcançando, assim, com o objetivo central deste trabalho.

Nesse sentido, o primeiro capítulo foi dedicado à construção teórica dos direitos da personalidade, com ênfase no direito à imagem como projeção direta da dignidade da pessoa humana. Inicialmente, o capítulo aborda a evolução histórica dos direitos da personalidade, destacando como esses direitos emergiram a partir das transformações filosóficas e jurídicas ocorridas desde a antiguidade até a contemporaneidade, com especial atenção para os marcos históricos como o Iluminismo, a Revolução Francesa e a Declaração Universal dos Direitos Humanos. O texto demonstra que os direitos da personalidade, ao ganharem status constitucional e ao impulsionarem, juntamente com os demais direitos fundamentais, a formação dos Estados Sociais, passaram a desempenhar papel essencial na proteção da integridade moral, física e psíquica do indivíduo, sendo expressões diretas da dignidade humana.

Na sequência, o capítulo dedica-se ao direito à imagem, explorando seu conceito, natureza jurídica e evolução interpretativa – desde a concepção meramente estética (imagem-retrato) até uma abordagem mais ampla e simbólica (imagem-atributo). Analisa-se também a possibilidade de disposição do direito à imagem por vontade de seu titular, haja indisponibilidade relativa característica desse direito, e os limites impostos por sua natureza personalíssima, destacando os riscos da exploração indevida e os critérios para aferição da violação desse direito.

Por fim, a seção tratou dos mecanismos gerais de proteção e reparação jurídica em caso de violação ao direito de imagem, abordando normas constitucionais, civis, penais e setoriais – como a LGPD e o Marco Civil da Internet –, além de jurisprudência e doutrina relevante. Discute-se a tutela diferenciada para grupos vulneráveis, como crianças, mulheres, idosos e povos indígenas, evidenciando que o ordenamento brasileiro reconhece a necessidade de proteção reforçada em determinados contextos.

Em síntese, o referido capítulo fundamenta a centralidade da imagem como projeção da personalidade e da dignidade humana, oferecendo a base teórica indispensável para, nos capítulos seguintes, discutir a exploração da imagem do trabalhador em ambientes digitais e laborais.

Desse modo, o segundo capítulo deste estudo, por sua vez, alcança seus objetivos específicos de analisar as causas que levam à utilização da imagem pelo empregado pelo empregador e de investigar as omissões da CLT quanto à disposição e à proteção da imagem do trabalhador e a viabilidade da aplicação da LGPD e do Código Civil na regulamentação da matéria ao abordar de forma aprofundada o direito de imagem na esfera trabalhista, destacando as causas e os impactos jurídicos, sociais e éticos da utilização da imagem do empregado nas campanhas de marketing digital promovidas pela entidade empregadora.

O capítulo se inicia contextualizando a ascensão das redes sociais e da cultura do engajamento, especialmente após a pandemia da Covid-19, e como isso influenciou a transformação da comunicação empresarial. Mostrou-se que a imagem dos próprios trabalhadores passou a ser incorporada às estratégias de marketing como forma de humanização das marcas e de estratégia para prender a atenção dos usuários, especialmente nas plataformas digitais, aproximando, assim, o público consumidor.

Em seguida, o estudo discutiu a existência do vácuo na legislação trabalhista não só quanto ao direito de imagem do empregado, mas também em relação aos direitos da personalidade de forma ampla, como a intimidade, honra, vida privada, liberdade de expressão e integridade moral e psíquica do trabalhador. A partir da constatação da insuficiência de proteção no campo estritamente trabalhista, a análise avança para examinar, ainda no referido capítulo, o papel do Código Civil e da Lei Geral de Proteção de Dados como instrumentos subsidiários de regulamentação e responsabilização.

Enquanto o CCB é expresso em tutelar os direitos da personalidade, a análise da LGPD demonstrou que, embora haja previsão legal para o tratamento de dados pessoais, como a imagem, e esta possa ser plenamente aplicável às relações empregatícias, o consentimento no contexto laboral não pode ser considerado livre de vícios, dada a

hipossuficiência estrutural do empregado frente ao empregador. A fragilidade do consentimento no ambiente de subordinação, enfatizando como a assimetria entre empregado e empregador compromete a liberdade da manifestação de vontade e torna problemático o uso quase que exclusivo do consentimento como base legítima para o tratamento da imagem do trabalhador. Assim, demonstra-se que essa exposição, muitas vezes travestida de espontaneidade, pode configurar desvio de função, exploração abusiva e violação de direitos fundamentais.

Por fim, o capítulo também atinge seu objetivo específico de avaliação da aplicabilidade dos mecanismos existentes da seara cível e trabalhista de responsabilização em caso exploração da imagem do trabalhador quando trata da responsabilidade civil e da possibilidade de rescisão indireta do contrato de trabalho quando há violação do direito de imagem do empregado, ilustrando com casos concretos e jurisprudência como o Judiciário tem enfrentado essas situações.

A responsabilidade civil, nesses casos, emerge tanto da Constituição Federal (art. 5º, X) quanto do Código Civil (arts. 20, 187 e 927), que asseguram ao titular do direito à imagem a devida reparação moral e material pelos danos sofridos. A utilização da imagem do trabalhador com fins comerciais, sem consentimento expresso e livre, e sem compensação financeira, configura ato ilícito, passível de indenização por dano moral, conforme também consolidado pela jurisprudência com base na Súmula 403 do STJ.

Já no âmbito trabalhista, o uso indevido da imagem do empregado pode ensejar rescisão indireta do contrato de trabalho, nos termos do artigo 483 da CLT. Quando o empregador submete o empregado a exposições públicas não previstas contratualmente, sem autorização válida ou mediante coação, configura-se violação grave dos deveres contratuais e dos direitos fundamentais do trabalhador, legitimando o rompimento do vínculo empregatício por iniciativa do empregado, com todos os direitos equivalentes à dispensa sem justa causa.

Assim, a exploração indevida da imagem do empregado, além de caracterizar infração civil e constitucional, possui forte repercussão no direito do trabalho, podendo resultar tanto na responsabilização patrimonial do empregador quanto na dissolução contratual por culpa patronal. Essas medidas demonstram, portanto, a necessidade de uma atuação preventiva por parte das empresas, por meio de práticas de *compliance* e respeito aos direitos da personalidade dos seus colaboradores.

A partir desse ponto, atinge-se, no terceiro capítulo, o objetivo específico de demonstrar a importância do *compliance* trabalhista como instrumento preventivo e educativo

e a necessidade de criação de uma legislação específica e de melhoria do arcabouço legal quanto ao uso da imagem no vínculo empregatício.

No terceiro capítulo foram abordadas medidas institucionais como o *compliance* trabalhista, que visa garantir o respeito às normas legais e à dignidade do trabalhador no ambiente organizacional. Observa-se que o *compliance* laboral assume papel essencial como instrumento preventivo e educativo diante da crescente complexidade das relações laborais na era digital, sobretudo no que diz respeito à utilização da imagem do empregado.

O *compliance*, nesse contexto, deve ser compreendido como um mecanismo de governança corporativa e de gestão de riscos jurídicos e reputacionais. Quando bem implementado, orienta a conduta da empresa com base em princípios éticos, normas legais e boas práticas, promovendo um ambiente de trabalho mais saudável e respeitoso. Especificamente quanto à imagem do trabalhador, as medidas de *compliance* devem prever: políticas claras de consentimento livre, informado e revogável; procedimentos de documentação e controle do uso da imagem; garantias de que a não autorização não gerará retaliações; compensações financeiras justas quando houver finalidade comercial envolvida e canais e mecanismos acessíveis de denúncia.

Todavia, mesmo com a eficácia desses mecanismos, o estudo deixa claro que o esforço corporativo, por si só, não basta, sobretudo quando este depende da vontade empresarial e não de uma obrigação legal. Há, portanto, a necessidade urgente de criação de uma legislação trabalhista específica que complemente e/ou melhore a sistemática legal quanto a utilização da imagem do empregado, considerando a vulnerabilidade típica da relação de trabalho, em que a subordinação enfraquece a autonomia da vontade e compromete o consentimento como base legítima.

Nesse sentido, o capítulo em questão retira do direito comparado parâmetros úteis ao aperfeiçoamento do ordenamento jurídico brasileiro. A *Ley Federal del Trabajo* do México destaca-se como um exemplo de legislação trabalhista avançada no tocante à proteção dos direitos fundamentais dos trabalhadores, especialmente no que se refere à dignidade humana e a definição de práticas abusivas no ambiente laboral. Outro aspecto de destaque é a ênfase na formação e educação contínua dos trabalhadores, estabelecendo diretrizes fortemente conectadas à ideia de *compliance* trabalhista educativo e preventivo, algo que no Brasil ainda depende de políticas internas voluntárias das empresas ou orientações genéricas da LGPD.

Conciliado a isso, o capítulo traz a abordagem presente no *Estatuto de los Trabajadores* da Espanha e o Código do Trabalho Português, que asseguram de forma explícita, a privacidade do trabalhador, inclusive no contexto digital e de monitoramento. Já o

Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia (GDPR), por sua vez, traz, em seu artigo 88 e Considerando nº 43, critérios específicos para o tratamento de dados em relações marcadas pela hipossuficiência, como é o caso das relações de emprego, restringindo o consentimento e estabelecendo que este só é válido quando livre de desequilíbrios de poder que possam gerar retaliações ao empregado. Essas normas ilustram como a proteção do trabalhador pode e deve estar expressamente prevista nas legislações laborais, e não depender apenas de interpretações difusas de normas cíveis ou gerais.

Ademais, o trabalho também aponta que, mesmo no Brasil, já há sinais normativos que podem ser aproveitados. Como exemplo de referência normativa positiva, o texto apresenta a Lei Pelé (Lei nº 9.615/1998), que regulamenta o uso da imagem de atletas profissionais, permitindo sua cessão mediante contrato civil autônomo, desvinculado do contrato de trabalho. A legislação desportiva é apontada como modelo viável para ser adaptado a outras categorias profissionais, especialmente diante do uso crescente da imagem de trabalhadores em campanhas publicitárias corporativas.

O estudo também destaca que, em função das novas dinâmicas do mercado — notadamente o uso de plataformas digitais —, tornou-se urgente regulamentar com precisão o uso da imagem do trabalhador no contexto institucional e comercial, a fim de preservar sua dignidade, garantir transparência contratual e evitar abusos. A jurisprudência trabalhista reforça essa necessidade ao reconhecer que a imagem do empregado não está incluída no contrato de trabalho, e que sua exploração exige autorização expressa e remuneração específica, sob pena de indenização por danos morais. Por fim, o texto conclui que, assim como ocorreu no setor esportivo, é indispensável a edição de norma própria que aborde as particularidades da exploração da imagem nas relações laborais, especialmente considerando sua condição de parte hipossuficiente.

Por fim, o capítulo comprova que, diante do contexto atual, marcado pela intensificação do uso de dados e da imagem dos trabalhadores nas dinâmicas empresariais e comunicacionais, torna-se urgente debater as reformas jurídicas necessárias para garantir uma proteção mais eficaz desses direitos fundamentais. Um primeiro passo essencial é a instituição de uma reforma legislativa trabalhista que incorpore, de forma explícita, os direitos da personalidade do trabalhador e mecanismos de proteção de dados, seguindo o exemplo de legislações estrangeiras como a do México, de Portugal e da Espanha. Essas legislações tutelam os dados dos empregados diretamente nas normas trabalhistas, garantindo maior clareza e proteção diante da hipossuficiência do trabalhador.

Além disso, o capítulo também defende a implementação de políticas de *compliance* como instrumento preventivo, educativo e de responsabilização das empresas quanto ao tratamento de dados e imagem dos empregados. Sugere ainda ajustes na LGPD, como a criação de um capítulo específico para dados em relações laborais e o fortalecimento do consentimento como manifestação livre e expressa de vontade, em harmonia com o Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia.

Em síntese, o capítulo exemplificou que apenas um instrumento fruto da criação de uma legislação específica, conciliado com a melhoria do arcabouço legal como um todo, é que poderá suprir a lacuna normativa atual, sistematizando direitos, deveres, compensações e limites quanto ao uso da imagem do trabalhador, em consonância com os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, da boa-fé e da proteção à parte vulnerável nas relações de trabalho.

Desse modo, conclui-se que a legislação vigente e a jurisprudência oferecem uma base importante para a proteção dos trabalhadores, mas ainda são insuficientes para garantir uma proteção integral, especialmente no contexto digital e nas relações trabalhistas modernas. O ambiente laboral é marcado por uma estrutura hierárquica na qual o empregador exerce autoridade diretiva sobre o empregado, o que pode afetar diretamente sua liberdade de decisão, uma vez que essa disparidade de poder gera um contexto de vulnerabilidade em que o trabalhador, temendo retaliações ou prejuízos à sua permanência no emprego, acaba por autorizar o uso de sua imagem de forma não inteiramente voluntária. Nessa perspectiva, o consentimento concedido se revela fragilizado, perdendo sua força como base legítima e suficiente para justificar o tratamento da imagem e dos dados pessoais do empregado.

Torna-se evidente, portanto, que a exploração indevida da imagem do trabalhador, sobretudo para fins comerciais, extrapola a violação individual, impactando a própria estrutura das relações de trabalho ao fragilizar os pilares da dignidade humana. A imagem, enquanto expressão direta da personalidade e da individualidade do ser humano, demanda proteção firme e contextualizada, sobretudo diante do avanço das tecnologias digitais e da hiperexposição promovida pelas redes sociais. Preencher a lacuna normativa existente no Brasil é, portanto, medida essencial para assegurar a segurança jurídica das relações de trabalho, equilibrando os interesses empresariais com a necessária preservação dos direitos da personalidade dos empregados, de forma a limitar práticas abusivas e promover um ambiente laboral mais justo, ético e em conformidade com os princípios constitucionais, na busca efetiva da valorização social do trabalho como fonte irradiadora da dignidade no meio ambiente do trabalho.

REFERÊNCIAS

AGROPECUÁRIA, Tamara. **Fui pintar o objeto, virei obra de arte.** *TikTok* [@tamara.agropecuaria], 4 mar. 2025. Disponível em: <<https://vm.tiktok.com/ZMSahvQUW/>>. Acesso em: 11 de junho de 2025.

ALCÂNTARA, Clayton Deodoro Gonçalves de. **Impactos da lei geral de proteção de dados nas relações de trabalho.** 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC GOIÁS), 2021. Disponível em: <<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/1472>>. Acesso em: 12 jun. 2025.

ALMEIDA, Ellyson Wilker Silva Soares de *et al.* O uso indevido da imagem do trabalhador com vistas à publicidade visual da pessoa jurídica. **Revista FAIPE – Revista da Faculdade Integrada de Patos de Minas**, Patos de Minas, v. 11, n. 1, p. 252-266, jan./jun. 2021. Disponível em: <portal.periodicos.faipe.edu.br/ojs/index.php/rfaipe/article/view/71/70>. Acesso em: 16 jun. 2025.

ANDRADE, André Gustavo Corrêa de. O princípio fundamental da dignidade humana e sua concretização judicial. **Fórum Administrativo: Direito Público**, Belo Horizonte, v. 4, n. 43, p. 4394-4404, set. 2004. Disponível em: <<http://dspace.xmlui/bitstream/item/21132/Publica%20a7%20a3o%20Digital%20-%20Exibi%20a7%20a3o%20de%20Conteudo%20-%20PDlexibepdf.aspx.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 08 jun. 2025..

ARAÚJO, Camila Jarahy. Direito à Imagem do Empregado. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. 8. ed. v. 2. p. 64-85, nov. 2017. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/lei/imagem-do-empregado#google_vignette>. Acesso em: 12 jun. 2025.

ARAÚJO, Keylla Thalita SÁ, Laryssa Martins de; OLIVEIRA, Willian Tosta Pereira de. Discussão sobre o direito à imagem no Brasil à luz do marco civil da internet e do entendimento das cortes superiores. **Revista Brasileira de Direito Civil em Perspectiva**, Florianópolis, v. 10, n. 2, p. 56-69, 2025. Disponível em: <<https://www.indexlaw.org/index.php/direitocivil/article/view/11044>>. Acesso em: 16 maio 2025.

ARAÚJO, Luiz Alberto David. **A proteção constitucional da própria imagem**. 2. ed. São Paulo: Verbatim, 2013.

ASSAD, Nancy. **Marketing de conteúdo: como fazer sua empresa decolar no meio digital**. São Paulo: Atlas, 2016.

AZEVEDO, André Jobim de; JAHN, Vitor Kaiser. Compliance trabalhista: a mitigação da responsabilidade patronal em casos não repostado. **Academia Brasileira de Direito do Trabalho**, [S.l.], 2020. Disponível em: <<https://andt.org.br/wp-content/uploads/2021/04/Compliance-Trabalhista-Azevedo-e-Jahn-Versa%CC%83o-Final.docx.pdf>>. 03 jul. 2025.

BENACCHIO, Marcelo. **Considerações sobre a noção de dano**. Estudos em homenagem a Clóvis Beviláqua por ocasião do centenário do Direito Civil codificado no Brasil. V. 1. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2018. Disponível em:

<<https://epm.tjsp.jus.br/Publicacoes/ObrasJuridica/55393?pagina=1>>. Acesso em: 20 jun. 2025.

BEVILÁQUA, Clóvis. **Teoria Geral do Direito Civil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Rio, 1980.

BELO, Ana Letícia Roza. **A rescisão indireta do contrato de trabalho**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Centro Universitário Antônio Eufrásio De Toledo De Presidente Prudente, Presidente Prudente, 2016. Disponível em:

<<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/Direito/article/view/5863/5573>>. Acesso em: 22 jun. 2025.

BERTICELLI, Caroline. O uso das redes sociais no Brasil e as mudanças durante a pandemia. Ninho Digital. **Ninho Digital**, Paraná, 09 maio 2022. Disponível em:

<<https://ninho.digital/uso-das-redes-sociais/>>. Acesso em: 03 jun. 2025.

BERTOLIN, Patrícia Tuma Martins; BUZZO, Cecília Ayres. A relevância do compliance trabalhista na atuação de investigações de assédio nas empresas. **Revista Meritum**, [S.I.], v. 17, n. 2, p. 163-184, maio/ago. 2022. Disponível em:

<<https://revista.fumec.br/index.php/meritum/article/view/8966>>. Acesso em: 6 jul. 2025.

BEZERRA, Isabel Cecília de Oliveira Dos direitos da personalidade. **Revista Jurídica da FA7**, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 11-23, 2006. Disponível em:

<<https://periodicos.uni7.edu.br/index.php/revistajuridica/article/view/186>>. Acesso em: 9 maio 2025.

BIEHL, Luciano Kellermann Livi. **O direito de imagem como forma alternativa de remuneração dos empregados nas empresas**. ConTexto - Contabilidade em Texto, Porto Alegre, v. 3, n. 5, 2009. Disponível em:

<<https://seer.ufrgs.br/index.php/ConTexto/article/view/11677>>. Acesso em: 25 jun. 2025.

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

BITTAR, Carlos Alberto. **Os direitos da personalidade**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

BITTENCOURT, Sávio Renato. **A preservação da imagem da criança institucionalizada e o direito à visibilidade**. Rio de Janeiro, 2019. E-book. Disponível em:

<<https://ibdfam.org.br/artigos/1312/A+preserva%C3%A7%C3%A3o+da+imagem+da+crian%C3%A7a+institucionalizada+e+o+direito+%C3%A0+invisibilidade>>. Acesso em: 15 jun. 2025.

BORGES, Fábio. Vendedora pressionada a gravar anúncios em redes sociais deve ser indenizada. **Portal do Tribunal Regional do Trabalho da 12ª Região**, [S.I.], 2022. Disponível em:

<<https://portal.trt12.jus.br/noticias/vendedora-pressionada-gravar-anuncios-em-redes-sociais-deve-ser-indenizada>>. Acesso em: 17 jun. 2025.

BORGES, Roxana Cardoso Brasileiro. **Disponibilidade dos direitos de personalidade e autonomia privada**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BRASIL. Decreto nº 3.071, de 1º de janeiro de 1916. **Código Civil de 1916**. Revogado. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 5 jan. 1916.

BRASIL. **Enunciado n. 279 da IV Jornada de Direito Civil**. Conselho Federal de Justiça. Disponível em: <<https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/236>>. Acesso em: 27 de maio de 2025.

BRASIL. Lei Nº 8.069, de 19 de julho de 1990. **Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências**. Brasília, DF: Casa Civil, 1990. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm>. Acesso em: 11 maio 2025.

BRASIL. Lei Nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. **Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências**. Brasília, DF: Casa Civil, 1998. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm>. Acesso em: 6 maio 2025.

BRASIL. Lei Nº 13.105, de 16 de março de 2015. **Código de Processo Civil Brasileiro**. Brasília, DF: Diário Oficial da União. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113105.htm>. Acesso em: 13 jun. 2025.

BRASIL. Lei nº 13.188, de 11 de novembro de 2015. **Dispõe sobre o direito de resposta ou retificação do ofendido em matéria divulgada, publicada ou transmitida por veículo de comunicação social**. Brasília, DF: Secretaria-Geral, 2015. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113188.htm>. Acesso em: 12 jun. 2025.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (LGPD)**. Brasília, DF: Diário Oficial da União: seção Brasília, 2018. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm>. Acesso em: 13 jun. 2025.

BRASIL. Lei Nº 13.718, de 24 de setembro de 2018. **Altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal), para tipificar os crimes de importunação sexual e de divulgação de cena de estupro, tornar pública incondicionada a natureza da ação penal dos crimes contra a liberdade sexual e dos crimes sexuais contra vulnerável, estabelecer causas de aumento de pena para esses crimes e definir como causas de aumento de pena o estupro coletivo e o estupro corretivo; e revoga dispositivo do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais)**. Brasília, DF: Secretaria-Geral, 2018. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113718.htm>. Acesso em: 12 maio 2025.

BRASIL. Lei Nº 15.123, de 24 de abril de 2025. **Altera o art. 147-B do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal), para estabelecer causa de aumento de**

pena no crime de violência psicológica contra a mulher quando praticado com o uso de inteligência artificial ou de qualquer outro recurso tecnológico que altere imagem ou som da vítima. Brasília, DF: Casa Civil, 2025. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2025/Lei/L15123.htm>. Acesso em: 12 maio 2025.

BRASIL. Portaria Nº 177/PRES, de 16 de fevereiro de 2006. **Regulamenta o procedimento administrativo de autorização pela Fundação Nacional do Índio - FUNAI.** Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2006. Disponível em: <<https://www.gov.br/funai/pt-br/atuacao/terras-indigenas/portariadireitoautoral.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2025.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho (1ª turma). Agravo de Instrumento em Recurso de Revista 9740-87.2002.5.20.0920. **DANO MORAL. DIREITO À IMAGEM. PROPAGANDA DA EMPRESA. PUBLICAÇÃO DE FOTO DO EMPREGADO.** Relator Ministro: João Oreste Dalazen. Data de Julgamento: 19/04/2006. Data de Publicação: 26/05/2006.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho (5ª turma). Recurso de Revista com Agravo nº 1018-52.2022.5.12.0058. **INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. USO DE IMAGEM DO EMPREGADO. AUSÊNCIA DE AUTORIZAÇÃO. TRANSCENDÊNCIA POLÍTICA RECONHECIDA.** Relator Ministro: Breno Medeiros. Data de Julgamento: 07/02/2025. Data de Publicação: 14/02/2025.

BRASIL, Tribunal Superior do Trabalho. Secretaria de Comunicação Social do TST. **Cartilha de prevenção ao assédio moral: pare e repare – por um ambiente de trabalho mais positivo.** Brasília: Tribunal Superior do Trabalho, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/antt/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/governanca/governanca-publica/integridade-1/guias-e-demaais-referencias-em-integridade-publica/outras-referencia/s/cartilha-sobre-assedio-moral-tst/view>>. Acesso em: 09 jul. 2025.

CANI, Elcemara A. Zielinki. **Direito de imagem do trabalhador na era do TikTok:** exposição e violação de direitos. Anais do Congresso de Direito e Humanidades, v. 1, n. 1, p. 1-15, 2024. Disponível em: <<https://periodicos.unesc.net/ojs/index.php/AnaisDirH/article/view/9407>>. Acesso em: 23 jun. 2025.

CEARÁ. Tribunal Regional do Trabalho da 7ª Região (2ª Turma). Recurso Ordinário em Rito Sumaríssimo 0001047-87.2022.5.07.0011. **RECURSO DA RECLAMANTE. LABOR EM SOBREJORNADA NÃO COMPROVADO. HORAS EXTRAORDINÁRIAS INDEVIDAS. RECURSO DA RECLAMADA. INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS DEVIDA.** Relator Ministro: Francisco José Gomes Da Silva. Data de Julgamento: 21/08/2023. Data de Publicação: 31/08/2023.

CERQUEIRA, Viviana Todero Martinelli *et al.* A influência do direito internacional do trabalho no direito do trabalho brasileiro. **Revista Científica Multidisciplinar**, [S. l.], v. 4, n. 6, p. e463264, 2023. Disponível em: <<https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/3264>>. Acesso em: 11 jul. 2025.

CHAVES, Antônio. Direito à própria imagem. **Revista da Faculdade de Direito**, [S. l.], v. 67, p. 45-75, 1972. Disponível em: <<https://revistas.usp.br/rfdusp/article/view/66643>>. Acesso em: 9 maio 2025.

CORREA, Rui Cesar Publio Borges. **Direito de proteção à imagem nas relações de trabalho**. 2007. 172 f. Tese (Doutorado em Direito) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <<https://repositorio.pucsp.br/handle/handle/7486>>. Acesso em: 22 jun. 2025.

CORREIA, Henrique; BOLDRIN, Paulo Henrique Martinucci. Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e o direito do trabalho. **Meu Site Jurídico**, [S.I.], 2020. Disponível em: <<https://meusitejuridico.editorajuspodivm.com.br/2020/09/25/lei-geral-de-protecao-de-dados-lgpd-e-o-direito-trabalho/>>. Acesso em: 29 jun. 2025.

DANTAS, Santiago. **Programa de Direito Civil**. Rio de Janeiro: Editora Rio, 1979.

DARZI, Rodrigo. O Marketing Digital está Saturado? Entendendo a Saturação do Nicho. **Agência IMMA**, São Paulo, 15 de janeiro de 2024. Disponível em: <<https://www.agenciaimma.com.br/saturacao-do-marketing-digital/>>. Acesso em: 24 jun. 2025.

DE CUPIS, Adriano. **Os direitos da personalidade**. 2. ed. Campinas: Romana, 2004.

DELGADO, Maurício Godinho. **Curso de direito do trabalho: obra revista e atualizada conforme a lei da reforma trabalhista e inovações normativas e jurisprudenciais posteriores**. 18. ed. São Paulo: LTr, 2019.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro: Teoria Geral do Direito Civil**. 40. ed. São Paulo: SaraivaJur, 2023.

DOURADO, Bruna. Estratégia de Marketing: principais informações e como escolher. **RD Station**, Florianópolis, 12 de setembro de 2024. Disponível em: <<https://www.rdstation.com/blog/marketing/estrategia-de-marketing/>>. Acesso em: 20 jun. 2025.

DWORKIN, Ronald. **Levando os direitos a sério**. Tradução: Nelson Boeira. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

ENAMAT; ANAMATRA. Enunciado nº 14. **IMAGEM DO TRABALHADOR. UTILIZAÇÃO PELO EMPREGADOR. LIMITES**. Brasília, 2007. Disponível em: <<https://www.anamatra.org.br/jornada/a-jornada/1-edicao-aprovados>>. Acesso em: 20 jun. 2025.

ESPANHA. Real Decreto Legislativo n.º 2/2015, de 23 de outubro. **Aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores**. Boletín Oficial del Estado. Disponível em: <<https://www.boe.es/eli/es/rdlg/2015/10/23/2/con>>. Acesso em: 10 jul. 2025.

ESTÊVÃO, Luciana Costa; LIMA, Stephane Kelly da Silva; SILVA, Luanjir Luna da. A lei geral de proteção de dados (LGPD) no âmbito das relações trabalhistas: conceitos, impactos e

suas implicações. **Revista Brasileira de Direito Social - RBDS**, Belo Horizonte, v. 5, n. 2, p. 63-74, 2022. Disponível em: <<https://rbds.emnuvens.com.br/rbds/article/view/181>>. Acesso em: 11 jul. 2025.

EUROPEAN DATA PROTECTION BOARD. **Diretrizes 05/2020 sobre o consentimento nos termos do Regulamento (UE) 2016/679**, de 4 maio de 2020. Disponível em: <https://edpb.europa.eu/our-work-tools/our-documents/guidelines/guidelines-052020-consent-under-regulation-2016679_en>. Acesso em: 05 jul. 2025.

FERMENTÃO, Cleide. Os direitos da personalidade como direitos essenciais e a subjetividade do direito. **Revista Jurídica Cesumar**, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 241-266, 2006. Disponível em: <<https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/313/172>>. Acesso em: 07 maio 2025.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. **O direito de antena em face do direito ambiental no Brasil**. São Paulo: Editora Fiuza, 2009.

FIUZA, César. **Direito Civil: Curso Completo**. 19. ed. Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2019.

FONTINELE, Maria Antonia Diogenes Silva. Desafios e perspectivas na era digital: a tutela jurídica de direito à imagem no Brasil. **Revista DELOS**, Curitiba, v. 18, n. 67, p. 01-18, 2025. Disponível em: <<https://ojs.revistadelos.com/ojs/index.php/delos/article/view/5260>>. Acesso em: 16 jun. 2025.

FRANÇA, Agatha Regina Ferreira de Lima; MAIA, Shirley Anita da Silva **A aceleração do marketing digital no período da pandemia**. 2022. 25 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Tecnologia em Marketing) – Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, Recife, 2022. Disponível em: <<https://www.grupounibra.com/repositorio/MARKT/2022/a-aceleracao-do-marketing-digital-no-periodo-da-pandemia1.pdf>>. Acesso em: 22 jun. 2025.

GAURIAU, Rosane. Tratamento de dados pessoais e relação laboral: contribuições do RGPD e do direito do trabalho francês. **Revista do Tribunal Regional do Trabalho da 18ª Região**, v. 23, jan. 2020 - dez. 2021. Disponível em: <<https://revista.trt18.jus.br/index.php/revista/article/view/46>>. Acesso em: 10 jul. 2025.

GIMENEZ, Beatriz Angela de Lima. **O programa de compliance e os limites sob a ótica trabalhista da condução de investigação interna sobre preocupações reportadas em face de empregados da própria empresa**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (LLC em Direito Empresarial) – Insper, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.insper.edu.br/entities/publication/b3080b58-28e7-4f96-b4eb-28f4cbcca2b3>>. Acesso em: 09 jul. 2025.

GLITZ, Frederico; TOAZZA, Gabriele Bortolan. O contrato para disposição da imagem na perspectiva dos direitos da personalidade. **Revista Justiça do Direito**, Curitiba, v. 31, n. 2, p. 358-385, maio/ago. 2017. Disponível em: <<https://glitzgondim.adv.br/wp-content/uploads/2018/05/2017-TOAZZA-GLITZ-Contrato-pa>

ra-disposicao-da-imagem-na-perspectiva-dos-direitos-de-personalidade-Justica-do-Direito.pdf
>. Acesso em: 8 maio 2025.

GOMES, Lara Camilly Andrade **Vídeos publicitários viralizados: uma perspectiva legal sobre a participação de empregados na publicidade destinada às redes sociais**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2024. Disponível em:
<https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/79438/1/2024_tcc_lcagomes.pdf>. Acesso em: 4 jul. 2025.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro - Parte Geral**. 20. ed. v. 1. São Paulo: SaraivaJur, 2022.

GUEDES, Maurício. Posso usar as imagens dos trabalhadores da minha organização? LGPD. **MGP Consultoria**, [S.I.], 16 de março de 2023. Disponível em:
<<https://www.mgpconsultoria.com.br/posso-usar-as-imagens-dos-trabalhadores-da-minha-organizacao-lgpd/>>. Acesso em: 07 jul. 2025.

GUITARRARI, Bruno. O que é Marketing Viral e a ciência que existe por trás do que viraliza. **RD Station**, Florianópolis, 19 de junho de 2018. Disponível em:
<<https://www.rdstation.com/blog/marketing/o-que-e-marketing-viral/>>. Acesso em: 09 jun. de 2025.

KMITA, Mirian Karla. FERREIRA, Leonardo Sanches. **A função social do contrato de trabalho**. In: XXII Congresso Nacional do CONPEDI, 2013, Curitiba. Anais. Curitiba: Conpedi. p. 08-25. Disponível em:
<<http://www.publicadireito.com.br/publicacao/unicuritiba/livro.php?gt=133>>. Acesso em: 20 jun. 2025.

KOTLER, Philip, KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: Mudança do Tradicional para o Digital**. Trad. Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

ASSIS, Marcos. **Compliance: Como Implementar**. São Paulo: Trevisan Editora, 2018.

KRUPPA, Roberta Potzik Soccio. GONÇALVES, Anselmo. Compliance trabalhista. **Revista da FAE**, [S.I.], v. 23, n. 2, p. 59-72, 2021. Disponível em:
<<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/671>>. Acesso em: 5 jul. 2025.

LEITE, Maria Fernanda A capacidade jurídica no direito romano: *status libertaria, civitatis e familiae*. **Revista Eletrônica da Procuradoria Geral do Estado do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 1-24, jan./abr. 2022. Disponível em:
<<https://revistaelectronica.pge.rj.gov.br/index.php/pge/article/view/264>>. Acesso em: 05 maio 2025.

LIMA, Adrienne; ALCASSA, Flávia; PAPPERT, Milena. **LGPD no Direito do Trabalho**. São Paulo: Expressa, 2022.

LORA, Isabel Blanco; SEGARRA, Maria del Val. Estudio exploratorio del uso del E-Marketing como una estrategia para micro, pequeñas y medianas empresas de servicios. **Puente Revista Científica**, Valencia, p. 29-37, 2013. Disponível em:

<<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/7738/ESTUDIO%20EXPLORATORIO%20DEL%20USO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 26 jun. 2025.

LOUREIRO, Henrique Vergueiro. **Direito à imagem**. 2005. 198 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2005. Disponível em: <<https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/5983>>. Acesso em: 9 maio 2025.

MACEDO, Ubiratan Borges de. **Liberalismo e Justiça social**. São Paulo: Ibrasa, 1995.

MALTINTI, Juliana de Camargo. **Tutela inibitória e internet: o processo civil aplicado na proteção da privacidade**. In: XVII Congresso Nacional do CONPEDI, 2008, Brasília. Anais. Brasília: Conpedi. p. 178-200. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/brasil/09_238.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2025.

MARINHO, Weslenny Silva; MADER, Renata Malachias Santos. Compliance trabalhista: os benefícios do compliance trabalhista nas organizações contemporâneas. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 10, n. 5, p. 922–932, 2024. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/13852>. Acesso em: 11 jul. 2025.

MARQUES JÚNIOR, William Paiva. O reconhecimento da hipervulnerabilidade como mecanismo de equilíbrio negocial no Direito do Consumidor. In: Everton das Neves Gonçalves; Maria Claudia da S. Antunes de Souza; Mariana Ribeiro Santiago; Claudia Lima Marques. (Org.). **Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo**. 1ª ed. Florianópolis: CONPEDI, 2018, v. 1, p. 297-314.

MARI JR., S. MICHELAN, Vanessa Silva. O meme como linguagem da inteligência coletiva. **Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília**, Brasília, v. 12, n. 1, p. 69-87, jan./jun. 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.31501/comunicologia.v12i1.10295>>. Acesso em: 06 jun. 2025.

MARTINS, Sérgio Pinto. **Direito do Trabalho**. 28. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2012.

MELLO, Marcos Bernardes de. **Teoria do Fato Jurídico - Plano da Existência**. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

MÉXICO. **Ley Federal del Trabajo**. Publicada no *Diario Oficial de la Federación* em 1º de abril de 1970. Última reforma em 12 jun. 2015. Câmara de Deputados do H. Congresso da União – Secretaria Geral; Secretaria de Serviços Parlamentares. Disponível em: <<https://mexico.justia.com/federales/leyes/ley-federal-del-trabajo/gdoc/>>. Acesso em: 10 jul. 2025.

MELQUIADES, Livia Nascimento; AZEVEDO, Flávia Regina Porto de. Direito da personalidade e a era digital: implicações nas mídias sociais. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 134–153, 2025. Disponível em: <<https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/17589>>. Acesso em: 19 jun. 2025.

MENDES JÚNIOR, Hélio Ferreira; COSTA, Alfredo José Lopes. A comunicação viral nas redes sociais da internet: estudo de dois casos de repercussão. **Revista Comunicação**,

Cultura e Sociedade, Barra do Graças, v. 3, n. 3, jan./ago. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.unemat.br/index.php/ccs/article/view/63/51>>. Acesso em: 04 jun. 2025.

MINAS GERAIS. Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região (2ª Turma). Recurso Ordinário em Rito Sumaríssimo 0011023-06.2021.5.03.0031. **EQUIPARAÇÃO SALARIAL. USO INDEVIDO DE IMAGEM. REPARAÇÃO CIVIL. GRUPO ECONÔMICO**. Relatora Ministra: Maria Raquel Ferraz Zagari Valentim. Data de Julgamento: 15/02/2022. Data de Publicação: 21/02/2022.

MIRAGEM, Bruno. A contribuição essencial do direito comparado para a formação e o desenvolvimento do direito privado brasileiro. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v. 108, n. 1000, p. 157-190, fev. 2019. Disponível em: <<https://brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/004-a-contribuicao-essencial-do-direito-comparado.pdf>>. Acesso em: 02 jul. 2025.

MORAES, Maria Celina Bodin de. **Danos à pessoa humana: uma leitura civil-constitucional dos danos morais**. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.

MORAES, Walter. Direito à própria imagem. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v. 61, n. 443, p. 64-81, set. 1972.

NASCIMENTO, Nilson de Oliveira. **O poder diretivo do empregador e os direitos fundamentais do trabalhador na relação de emprego**. 2008. 267 f. Tese (Doutorado em Direito das Relações Sociais – Direito do Trabalho) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/8224>>. Acesso em: 10 jun. 2025.

NETTO, Domingos Franciulli. A Proteção ao Direito à Imagem e a Constituição Federal. **Informativo Jurídico da Biblioteca Ministro Oscar Saraiva**, Brasília, v. 16, n. 1, p. 19-38, Jan./Jul. 2004. Disponível em: <<https://www.stj.jus.br/publicacaoainstitucional/index.php/informativo/article/view/442>>. Acesso em: 7 maio 2025.

NUNES, Maria Elizabeth Mostardo. **Direito de personalidade nas relações de trabalho**. 2022. 132 f. Tese (Mestrado em Direito) - Universidade Autónoma de Lisboa Luís de Camões, Lisboa, 2022. Disponível em: <<https://repositorio.grupoautonoma.pt/entities/publication/feb504a-4f16-4baa-af44-20c5e242e064>>. Acesso em: 8 maio 2025.

OLEGÁRIO, Aldrey *et al.* Economia da atenção e universo das telas: entenda por que é tão difícil se desconectar. **Agência Universitária de Notícias**, São Paulo, 02 de setembro de 2021. Disponível em: <<https://aun.webhostusp.sti.usp.br/index.php/2021/09/02/economia-da-atencao-e-universo-da-s-telas-entenda-por-que-e-tao-dificil-se-desconectar/>>. Acesso em: 05 jul. 2025.

OLIVEIRA, Paulo Bruno Michele *de et al.* Exposição do empregado nas redes sociais da empresa: quando a subordinação ultrapassa os limites. **Revista Foco**, v. 18, n. 5, p. 01-25, maio, 2025. Disponível em: <<https://doi.org/10.54751/revistafoco.v18n5-077>>. Acesso em: 01 jun. 2025.

PAIVA, Bruno Felipe Barboza de. **Disseminação virtual e direito de imagem: um estudo sobre o uso de memes na internet**. 2018. 57 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Universidade Federal Rural do Semiárido, Mossoró/RN, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufersa.edu.br/server/api/core/bitstreams/0a334e68-60b5-4607-9b9d-3cf3c32f871/content>>. Acesso em: 06 jun. 2025.

PARÁ. Tribunal Regional do Trabalho da Oitava Região (2ª turma). Recurso Ordinário n.º 0000804-34.2023.5.08.0124. **RECURSO DA RECLAMANTE. UTILIZAÇÃO INDEVIDA DA IMAGEM DA OBREIRA. DANÇAS E ATUAÇÕES EM REDES SOCIAIS. DANO MORAL IN RE IPSA**. Relatora: Maria de Nazaré Medeiros Rocha. Data de Julgamento: 14/06/2024. Data de Publicação: 17/06/2024.

PARRA, Marina Hildebrand de **Autorização de uso de imagem e seu fundamento face à LGPD**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2022. Disponível em: <<https://dspace.mackenzie.br/items/541e945c-f72b-4ee5-b7cd-a592e429d83d>>. Acesso em: 04 jun. 2025.

PINTO, Juliana Costa. A autonomia negocial e vulnerabilidade do empregado hipersuficiente à luz do direito fundamental à igualdade. **Revista Direito UNIFACS – Debate Virtual**, Salvador, n. 291, set. 2024. Disponível em: <<https://revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/9100>>. Acesso em: 02 jun. 2025.

PNEUS, Santa Inês. **O verdadeiro trabalho em equipe**. *Instagram* [@santainespneus], 22 jan. 2025. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/DFI9aW9x8aJ/?igsh=YtQ5bW1nMTJ3MTk=>>>. Acesso em: 11 de junho de 2025.

PIOVESAN, Flávia. **Direitos humanos e o direito constitucional internacional**. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

PIRES, Marcela Sandri; SILVA, Leda Maria Messias da. As principais questões da reforma trabalhista e os direitos da personalidade nas relações de emprego. **Revista Meritum**, Belo Horizonte, v. 16, n. 3, p. 284-301, set./dez. 2021 Disponível em: <<https://revista.fumec.br/index.php/meritum/article/view/8124>>. Acesso em: 12 jul. 2025.

PORTUGAL. Lei n.º 7/2009, de 12 de fevereiro. **Aprova a revisão do Código do Trabalho. Diário da República Eletrónico**. Disponível em: <<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/7-2009-602073>>. Acesso em: 11 jul. 2025.

RABELO, Felipe Cunha Pinto. A importância do compliance trabalhista nas empresas. **Jus.com.br**, [S.I.], 2018. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/69188/a-importancia-do-compliance-trabalhista-nasempresas>>. Acesso em: 05 jul.2025.

RAMOS, Lara Castro Padilha. **Lei geral de proteção de dados pessoais e seus impactos na garantia do direito fundamental à proteção de dados do trabalhador**. 2020. 100 f. Dissertação (Pós-Graduação em Direito Constitucional) - Universidade de Fortaleza (UNIFOR), Fortaleza, 2020. Disponível em: <<https://biblioteca.sophia.com.br/terminal/9575/acervo/detalhe/124231>>. Acesso em: 12 jun.

2025.

RAMOS, Rafael Teixeira. Empregado tem direito pela exposição digital de imagem, voz ou nome?. **JOTA**, [S.l.], 18 mar. 2022. Disponível em: <<https://www.jota.info/opiniaoeanalise/artigos/empregado-tem-direito-pela-exposicao-digital-imagem-voz-nome>>. Acesso em: 17 jun. 2025.

REICHERT, Mayra; CASAGRANDE, Lucas; RAMBO, Cristiane Schmitz. **O direito à imagem e as redes sociais: breves considerações acerca da responsabilidade civil pelo dano causado**. Anais da XI Mostra de Iniciação Científica Curso de Direito (MIC), [S.l.], 2018. Disponível em: <<https://faifaculdades.edu.br/eventos/MICDIR/XIMICDIR/#ficha>>. Acesso em: 20 jun. 2025.

RENAUX, Camila. Humanização das marcas na era digital: o rosto por trás do negócio. **Economia SC**, Blumenau, 11 de agosto de 2023. Disponível em: <<https://economiasc.com/2023/08/11/humanizacao-das-marcas-na-era-digital-o-rosto-por-tras-do-negocio/>>. Acesso em: 26 jun. 2025.

REZENDE, Elcio Nacur. A Súmula 403 do Superior Tribunal de Justiça e o uso indevido da imagem das pessoas naturais no ambiente virtual. **Jus.com.br**, São Paulo, 04 de dezembro de 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: 27 jun. 2025.

RIO DE JANEIRO. Tribunal Regional do Trabalho da Primeira Região (1ª turma). Recurso Ordinário nº 0011372-17.2015.5.01.0082. **RECURSOS ORDINÁRIOS. RECURSO DO RECLAMANTE. USO DA IMAGEM. SEM PRÉVIA AUTORIZAÇÃO. DEVIDA INDENIZAÇÃO**. Relator Ministro: Bruno Losada Albuquerque Lopes. Data de Julgamento: 22/08/2018. Data de Publicação: 29/08/2018.

ROCHA, Anna Vitória. Cheias de Charme: vida de empregue e 500 anos de história do Brasil. **Valkirias**, [S.I.], 2016. Disponível em: <<https://valkirias.com.br/cheias-de-charme-vida-de-empregue/>>. Acesso em: 11 jun. 2025.

RODRIGUEZ, Américo Plá. **Princípios de Direito do Trabalho**. São Paulo: Ltr, 2000.

RUSSOMANO, Mozart Victor. **Direito do trabalho e direito processual do trabalho**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2002.

SANCHES, Rogério. **Manual de direito penal**: parte geral (arts. 1º ao 120). 8. ed. Salvador: JusPODIVM, 2020.

SANTOS, Uedefran Valerio dos. **Marketing humanizado: uma estratégia voltada a estreitar relações entre marca e consumidores**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Alagoas, Arapiraca, 2024. Disponível em: <<https://ud10.arapiraca.ufal.br/repositorio/publicacoes/5491>>. Acesso em: 05 jun. de 2025.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça. Apelação Cível Nº 556.090.4/4-00. Apelante: Renato Aufiero Malzoni Filho e outra. Apelados: Youtube Inc. e outro. Relator: Des. Ênio Santarelli

Zuliani. São Paulo, 12 de junho de 2008. Disponível em: https://www.conjur.com.br/dl/ac/acordao_cicarelli.pdf. Acesso em: 06 de junho de 2025.

SCHIO, Adriana Cavalcante de Souza; VILLATORE, Marco Antônio César. Dano moral por violação do direito de imagem do empregado: aspectos sociais e econômicos. **Revista eletrônica do Tribunal Regional do Trabalho da 9ª Região**, Curitiba, v. 1, n. 12, p. 71-94, out. 2012. Disponível em: <<https://juslaboris.tst.jus.br/handle/20.500.12178/97280>>. Acesso em: 01 jun. 2025.

SCHREIBER, Anderson. **Direitos da Personalidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

SILVA, Alana Soares da *et al.* O papel da administração na proteção da imagem do trabalhador em ambientes digitais. **Revista FT**, Rio de Janeiro, v. 28, n. 138, set. 2024. Disponível em:

<<https://revistaft.com.br/o-papel-da-administracao-na-protecao-da-imagem-do-trabalhador-e-m-ambientes-digitais/>>. Acesso em: 07 jun. 2025.

SILVA, Eraldo Gurjão da. **Limites constitucionais ao poder diretivo do empregador**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2014. Disponível em:

<<http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/11018/3/PDF%20-%20Eraldo%20Gurj%C3%A3o%20da%20Silva.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2025.

SILVA, Fabrício Lima; PINHEIRO, Iuri; BOMFIM, Vólia. **Manual do compliance trabalhista: teoria e prática**. 2. ed. Salvador: Editora Juspodivm, 2021.

SILVA, José Afonso da. **A dignidade da pessoa humana com valor supremo da democracia**. **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 212, p. 89-94, abr./jun. 1998. Disponível em: <<https://periodicos.fgv.br/rda/article/view/47169>>. Acesso em: 8 maio 2025.

SILVA, Luzia Gomes da; CASTRO, Júlio César da Silva. Natureza jurídica da responsabilidade civil por danos morais. **Âmbito Jurídico**, [S.l.], 2011. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/natureza-juridica-da-responsabilidade-civil-por-danos-morais>>. Acesso em: 25 jun. 2025.

SILVA, Samara Monayari Magalhães; DINALLO, Andressa Rangel. A origem e a evolução dos direitos da personalidade e a sua tutela no Ordenamento Jurídico Brasileiro. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 7, n. 7, p. 70355–70368, jul. 2021. Disponível em: <<https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/32816>>. Acesso em: 8 maio 2025.

SOUZA, Gustavo Henrique Silva de *et al.*. Marketing informal: um modelo de comercialização pautado em jeitinho brasileiro, informalidade e empreendedorismo. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 63-77, abr./jun. 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/284361686_Marketing_Informal_Um_Modelo_de_Comercializacao_pautado_em_Jeitinho_Brasileiro_Informalidade_e_Empreendedorismo>. Acesso em: 28 jun. 2025.

SOUZA, Sylvio Capanema de. O Código Napoleão e sua influência no direito brasileiro. **Revista da EMERJ**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 26, p. 36-51, 2004. Disponível em: <http://bdjur.stj.jus.br/dspace/handle/2011/69642_pt_BR>. Acesso em: 01 jul. 2025.

SUPERMERCADOS, Martins. **Dança pra chegar nos 100K de seguidores? Ajudaaaaaa.** *Instagram* [@martins_supermercados], 20 nov. 2023. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/Cz4YNKDOiHH/?igsh=MXh0dnlxG5icnBsbQ==>>. Acesso em: 11 de junho de 2025.

TEFFÉ, Chiara Spadaccini de. Direito à imagem na internet: estudo sobre o tratamento do Marco Civil da Internet para os casos de divulgação não autorizada de imagens íntimas. **Revista de Direito Civil Contemporâneo**, São Paulo, v. 15, p. 93-124, 2018. Disponível em: <https://www.academia.edu/37288221/Direito_%C3%A0_imagem_na_Internet_estudo_sobre_o_tratamento_do_Marco_Civil_da_Internet_para_os_casos_de_divulga%C3%A7%C3%A3o_n%C3%A3o_autorizada_de_imagens_%C3%ADntimas>. Acesso em: 17 maio 2025..

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas.** São Paulo: M.Books do Brasil Editora Ltda, 2010.

TINDOU, Juliano Bezerra. O direito de imagem do empregado e suas repercussões no contrato de trabalho. **DireitoNet**, [S. l.], 2015. Disponível em: <https://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/9233/O-direito-de-imagem-do-empregado-e-sua-s-repercucoes-no-contrato-de-trabalho#google_vignette>. Acesso em: 20 de junho de 2025.

ULM, Aline Consuello Carneiro. **A utilização da imagem do empregado para fins comerciais e suas consequências jurídicas.** 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Faculdade Baiana de Direito, Salvador, 2014. Disponível em: <[https://monografias.faculdadebaianadedireito.com.br/wp-content/uploads/2024/10/Monografia-Completa-ALINE-CONSUELLO-CARNEIRO-ULM-2014\[1\].pdf](https://monografias.faculdadebaianadedireito.com.br/wp-content/uploads/2024/10/Monografia-Completa-ALINE-CONSUELLO-CARNEIRO-ULM-2014[1].pdf)>. Acesso em: 20 jun. de 2025

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016. **Relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados – RGPD), e que revoga a Diretiva 95/46/CE.** Considerando 43. Disponível em: <<https://gdpr-text.com/pt/read/recital-43/>>. Acesso em: 12 jul. 2025.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito civil:** parte geral. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

VERSÁTIL, Moda. **Eu no meu dia mais influencer.** *TikTok* [@versatilmodabrasil], 17 jun. 2025. Disponível em: <<https://vm.tiktok.com/ZMSakM8dK/>>. Acesso em: 11 de junho de 2025.

VESOLOSKI, Simone Paula; ZAMBAM, Neuro José. O compliance nas relações de trabalho: mecanismo de prevenção e redução de condutas desvantajosas para a garantia dos direitos sociais. **Scientia Iuris**, [S.l.], v. 26, n. 3, p. 145-160, nov. 2021. Disponível em: <<https://vlex.com.br/vid/compliance-nas-relacoes-trabalho-924997627>>. Acesso em: 7 jul. 2025.

VIEIRA, Eduardo Baptista. A inobservância do princípio da proteção ao trabalhador pela reforma trabalhista. **Laborare**, São Paulo, Brasil, v. 2, n. 3, p. 60-80, 2019. Disponível em: <https://revistalaborare.org/index.php/laborare/article/view/34>. Acesso em: 17 jul. 2025.

ZAINAGHI, Maria Cristina. As Mídias Sociais Desrespeitam O Direito À Personalidade?. **Canais de Artigos Completos: CAC**, v. 5, p. 45 -51, 2022. Disponível em: <https://www.cidhcoimbra.com/_files/ugd/8f3de9_e279b094b39e4595941ef6c8ef8dccc1.pdf#page=45>. Acesso em: 05 jun. 2025.

ZANETTI, Robson. **Assédio Moral no Trabalho**. [S.l.], 2018. E-book. Disponível em: <<https://doceru.com/doc/sv5v55x>>. Acesso em: 08 jul. 2025.