

DIREITO TRABALHISTA NO BRASIL: O ESTUDO ACERCA DO USO DA IMAGEM DO EMPREGADO NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Beatriz Pereira Pirola¹
Fernando Teles Pasitto²
Emanuel Vieira Pinto

RESUMO: O atual artigo desenvolve o estudo acerca do uso da imagem do empregado nas plataformas digitais. Tendo em vista o crescente marketing digital no ambiente comercial, a questão central que orientou o trabalho foi: Como a legislação brasileira vem tratando os casos de exploração comercial com o uso da imagem do empregado nas plataformas digitais empresariais? O objetivo geral é analisar, através do direito trabalhista, os direitos do empregado à preservação de sua imagem e as consequências jurídicas para o empregador nos casos de exploração indevida nas plataformas digitais. No que se refere ao objetivo específico, busca-se contextualizar como o avanço tecnológico comercial confronta o direito trabalhista, fazendo surgir os “empregados influenciadores”. Analisar como a vinculação da imagem do empregado a essas plataformas expõe ao risco do uso indevido ou manipulação pela empresa ou terceiros com acesso; contextualizar os casos de ilegalidade quando não há consentimento para a utilização da imagem ou quando esse consentimento foi obtido coercitivamente pelo empregador diante de seu poder diretivo. Contextualizar como a aplicação da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) protege os dados, imagem e voz dos usuários no âmbito digital, enquanto a CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) regula a relação empregado x empregador, regulando o uso da imagem do empregado nos limites ético-jurídicos. A metodologia adotada é de natureza qualitativa, com abordagem explicativa, bibliográfica e descritiva, utilizando análises de artigos acadêmicos, monografias, legislação pertinente e fontes online. Assim, esta análise busca não só estabelecer um parâmetro adequado, independentemente da figura hierárquica ou do contrato de trabalho estipulado, para suprimir as irregularidades, mas também reconhecer a necessidade de reformas legais e políticas empresariais.

4006

Palavras-chave: Direito trabalhista. Imagem do empregado. Poder diretivo.

I. INTRODUÇÃO

O presente artigo desenvolve um estudo acerca da aplicabilidade das leis trabalhistas no uso da imagem do empregado nas plataformas digitais. Visto que, com a ascensão dessa forma de propaganda em âmbito nacional, surge a grande demanda de compreender e analisar a aplicabilidade das leis trabalhistas em relação à LGPD e à Constituição Federal de 1988.

¹Graduanda em Direito pela Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas-FACISA.

²Orientador: Mestre em Educação, Gestão e Desenvolvimento Sustentável pela Faculdade Vale do Cricaré. Coordenador do Curso de Direito e Docente na Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FACISA.

No cenário atual, as redes sociais estão presentes nas empresas cada dia mais, principalmente nos meios de divulgação e publicidade. O uso da imagem do empregado, para esses fins, pode gerar diversas questões legais, especialmente no que se refere ao direito de privacidade. Diante dessa divergência, a doutrina não é pacificada, o que a torna passível de questionamento: como a legislação brasileira vem tratando os casos de exploração comercial com o uso da imagem do empregado nas plataformas digitais empresariais?

Como se observa, o objetivo geral é analisar, por meio do direito trabalhista, os direitos do empregado à preservação de sua imagem e as consequências jurídicas para o empregador nos casos de exploração indevida nas plataformas digitais. No que se refere ao objetivo específico, busca-se contextualizar como o avanço tecnológico comercial confronta o direito trabalhista, fazendo surgir os “empregados influenciadores”.

Ainda nos objetivos específicos, busca-se analisar como a vinculação da imagem do empregado a essas plataformas o expõe ao risco de uso indevido ou manipulação pela empresa ou terceiros com acesso; contextualizar os casos de ilegalidade quando não há consentimento para a utilização da imagem ou quando esse consentimento foi obtido coagidamente pelo empregador diante de seu poder diretivo.

Além do mais, contextualiza-se como a aplicação da LGPD (Lei Geral de Proteção de 4007
Dados) protege os dados, a imagem e a voz dos usuários no âmbito digital, enquanto a CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) regula a relação empregado x empregador, estabelecendo limites ético-jurídicos para o uso da imagem do empregado.

O presente artigo se justifica a partir de constantes avanços tecnológicos, fato este que aumenta o uso das redes sociais. Esse contexto proporciona para as empresas, cada dia mais, uma forma de promoção de seus produtos e serviços. Dessa maneira, é de suma importância entender como os direitos dos empregados limitam as atividades empresariais nesta forma de “marketing digital”.

Com o intuito de captar clientelas e ampliar a visibilidade de suas páginas repentinamente, tem-se utilizado cada dia mais indevidamente a imagem de funcionários, por meio de vídeos curtos de danças, comédia ou até mesmo testando produtos, com o propósito de dar um rosto humano à empresa e construir uma conexão mais íntima com o consumidor.

O caminho metodológico abordado é de natureza qualitativa, de cunho bibliográfico e documental, visto que se baseou na análise de artigos acadêmicos, monografias, ordenamento jurídico, artigos no repertório JusLabors e websites. O estudo é estruturado de maneira a abordar

a visão geral acerca da aplicação das leis trabalhistas sobre o uso da imagem dos empregados e seus devidos reflexos.

Assim, esta análise busca não só estabelecer um parâmetro sobre o que configura como conduta adequada, independentemente da figura hierárquica ou do contrato de trabalho estipulado, para, assim, suprimir as irregularidades legais, mas também reconhecer a necessidade de reformas legais e políticas empresariais para corrigir as falhas e garantir que sejam cumpridos todos os direitos legalmente impostos.

2. METODOLOGIA

Tecnicamente, a metodologia é o conjunto de processos de uma investigação para se atingir um propósito com objetivos específicos através da aplicação de técnicas adequadas. Conforme Minayo, a metodologia: “Trata-se de uma apresentação estruturada dos procedimentos e abordagens que serão empregados, além de apresentar as alternativas e a interpretação prática que o pesquisador realizou sobre o referencial teórico.” (Minayo, p. 43, 2001).

Nesse liame, o método de pesquisa desenvolvido neste trabalho será por meio da abordagem qualitativa, visando contextualizar como a LGPD e a CLT têm sua aplicação para o uso permissivo de imagem do empregado na observância dos limites ético-jurídicos e analisar os impactos gerais da exploração indevida envolvendo desafios éticos e legais, incluindo a subordinação contratual, “empregados influenciadores” e a manipulação da imagem por terceiros. Devido aos fatos expostos, a utilização da metodologia escolhida é de suma importância.

Conforme Oliveira et al., “uma investigação de caráter qualitativo visa responder a perguntas bastante específicas e particulares, que requerem explicações mais detalhadas e analíticas.” (2020, p. 02). O trabalho em questão, quanto ao tipo de pesquisa, seguirá o levantamento do estudo bibliográfico sobre cada um dos objetivos pontuados; análise da legislação nacional pertinente ao tema.

Por fim, a exposição de estudos que apontam como as controvérsias devem ser resolvidas, considerando a legislação, a jurisprudência e a doutrina do nosso ordenamento. De cunho bibliográfico e documental, visto que se baseou na análise de artigos acadêmicos, monografias, ordenamento jurídico, artigos no repertório JusLabors e websites.

Quanto ao local de estudo delineado para o trabalho, delimitando onde a legislação trabalhista pode ser aplicada, buscar-se-á analisar todo o território nacional, como os aspectos sociais e jurídicos podem interferir, descobrindo dessa maneira a efetividade da sua aplicação para o uso adequado da imagem do empregado nas plataformas digitais.

A obtenção da amostra desenvolveu-se por revisões bibliográficas, baseadas na utilização de artigos científicos, análises jurisprudenciais e livros pertinentes sobre o assunto. De acordo com Prodanov, “Amostra é parte da população ou do universo, selecionada de acordo com uma regra ou um plano” (2013, p. 98).

Para a técnica e o procedimento de pesquisa, baseou-se em materiais bibliográficos já publicados, para assim adquirir um maior aprendizado acerca do tema abordado. A realização da coleta dos dados se deu por meio de sites oficiais e a verificação foi efetuada considerando o problema e as indagações derivadas, para assim se obter uma análise mais minuciosa no que concerne ao objeto desta pesquisa.

3. BREVE HISTÓRICO DO DIREITO DO TRABALHO MUNDIAL

Em um contexto mundial, o trabalho sempre fez parte do homem. Isso porque, desde os tempos primórdios, foi necessário que os indivíduos estabelecessem entre si uma organização social para conseguir satisfazer as suas necessidades. Para entender o atual contexto do direito do trabalho, é necessário enfatizar certas mudanças decorridas ao longo dos anos. Segundo Vicente Paulo e Marcelo Alexandrino: “Podemos afirmar que o trabalho é tão antigo quanto o homem” (2011).

Na época da Antiguidade Clássica, o que se perdurava era o trabalho livre, inexistindo um ramo jurídico que estabelecesse e delimitasse as relações trabalhistas. Em Roma, o trabalho era visto como algo desdenhoso, compreendido como tarefa a ser realizada pela classe menos favorecida e pelos escravos. Apesar dessa ausência de regulamentação, ainda em Roma existiu o “Locatio Conductio Operarum”, uma espécie de contrato de prestação de serviço que não se associa com contrato de trabalho diante da ausência de proteção aos trabalhadores.

Na Idade Média, a escravidão foi gradualmente substituída pela servidão. No ambiente marcado por crescentes confrontos, a população carente passou a se aglomerar em grandes extensões de terras, chamadas de feudos. Os donos desses feudos estabeleciam um acordo com a população menos favorecida, conhecida como servos, onde estes prestariam serviço em troca

de garantia de segurança por permanecerem nas terras. Vale ressaltar que, apesar do acordo de servidão, esses servos não eram livres, inexistindo ainda o conceito de direito trabalhista.

Antes da existência dos direitos trabalhistas, os indivíduos tinham o dever de trabalhar, sem qualquer contraprestação de direitos, em condições insalubres, ocorrendo a vinculação da população pobre à escravidão. Época em que os escravos e os servos eram tratados como produtos perante os seus patrões, considerado o período pré-industrial. Neste sentido:

No período pré-histórico ou pré-industrial, encontraremos três fases distintas: a) vinculação do homem ao homem (escravidão); b) vinculação do homem à terra (servidão); c) vinculação do homem à profissão (corporações). Surgia, ainda, nesse período, outro tipo de relação de trabalho: a locação (locatio operis e locatio operarum). Alguns sustentam ser a locatio operarum precedente da relação de emprego moderna, objeto do direito do trabalho. Nesse período, não existia o direito do trabalho tal como o conhecemos hoje. ” (Carlos Henrique Bezerra Leite, 2018, p. 34)

Após esse período, entre os séculos XVIII e XIX, ocorreu a primeira Revolução Industrial, cujo impacto mais significativo foi a migração dos trabalhadores do setor artesanal para o industrial, implementando máquinas a vapor, gerando uma demanda maior pela mão de obra, que passou a trabalhar longas horas por baixos salários, enfrentando ambientes insalubres e perigosos. Com essa revolução, surgiram os primeiros sindicatos e movimentos trabalhistas, que buscavam melhores condições, redução de jornada e aumento de salários.

Na segunda Revolução Industrial, viu-se necessária a introdução de eletricidade e tecnologias. Dessa forma, a produção passou a ter um ritmo mais acelerado; com essa nova forma de trabalho, a procura por vagas se tornou cada vez mais competitiva, fazendo com que os empregadores pressionassem os contratados por cada vez mais produtividade, chegando a trabalhar por 18 horas seguidas. Esta também foi marcada pela exploração do trabalho infantil e pela marginalização das mulheres nas indústrias.

Na terceira Revolução Industrial, marcou-se o início da implementação de tecnologias digitais, começando algumas funções a serem desenvolvidas de formas automatizadas por máquinas e abrindo o leque para cargos relacionados à tecnologia. O direito do trabalho é uma conquista em que sua luta se iniciou na Europa e teve ramos espalhados mundialmente. Nesse sentido, pode-se definir como direito trabalhista:

[...] “o ramo da ciência jurídica constituído de um conjunto de princípios, regras, valores e institutos destinados à regulação das relações individuais e coletivas entre empregados e empregadores, bem como de outras relações de trabalho normativamente equiparadas à relação empregatícia, tendo por escopo a progressividade da proteção da dignidade humana e das condições sociais, econômicas, culturais e ambientais dos trabalhadores. ” (Carlos Henrique Bezerra Leite, 2018, p. 42)

Ao longo de diversas décadas, o trabalho foi essencial para a construção da sociedade. A ausência de normas trabalhistas, como na Antiguidade e na Idade Média, refletia um ambiente

de escravidão e servidão. O direito do trabalho, como é de conhecimento nos dias de hoje, faz parte de um processo histórico duradouro e de muito sangue derramado, consolidado inicialmente pelas revoluções industriais e pela luta dos trabalhadores por melhores condições.

3.1. O AVANÇO TECNOLÓGICO COMERCIAL EM CONFRONTO COM O DIREITO DO TRABALHO

Diante da enorme saturação do mercado comercial, tornou-se cada vez mais indispensável que as empresas ampliem suas formas de estratégias em resposta à ampla concorrência. Em contraponto, o avanço da globalização trouxe consigo uma enorme gama de inovações tecnológicas, acarretando o desenvolvimento de novas abordagens, sendo uma delas o “Marketing Digital”, que foi rapidamente adotado pelas empresas do setor. Luiz Cláudio Zenone o conceitua como:

Marketing é uma palavra inglesa derivada de market, que significa ‘mercado’. O mercado para o marketing é o conjunto de pessoas e/ou empresas cujas necessidades podem ser atendidas por produtos ou serviços. A empresa que pratica marketing considera o mercado como a razão e o foco de suas ações. O conceito atualmente amplamente reconhecido de orientação para o mercado pode ser entendido como a filosofia empresarial que abrange todas as funções da empresa e enfatiza cinco atores principais: consumidores, distribuidores, concorrentes, influenciadores e macroambiente” (Zenone, 2006).

Nesse sentido, não basta somente que a empresa venda um produto de procedência, 4011
tenha um ambiente agradável e um atendimento de excelência; torna-se necessário que esse comércio seja cada vez mais visto pelos compradores para o conhecimento de tais qualidades. Dessa maneira, através do “Marketing Digital”, as empresas estão se inserindo cada vez mais em plataformas de redes sociais.

É possível observar que as construções de redes sociais empresariais têm sido crescentes. Segundo dados de uma pesquisa da Maturidade do Marketing Digital e Vendas no Brasil, 94% das empresas brasileiras adotaram estratégias de marketing digital para seu crescimento. Nesse sentido, a vinculação da imagem de empregados nas redes tem sido cada vez mais utilizada para humanizar a empresa, além de chamar a atenção dos compradores, fortalecendo sua identidade corporativa e moldando a percepção do público. Segundo Rezende:

O uso da imagem de indivíduos é uma prática fundamental no ambiente empresarial; não se limita apenas ao âmbito publicitário, mas também atua como um meio de comunicação interna dentro das organizações com o objetivo de humanizar as interações comerciais” (Rezende, 2009).

No Brasil, o direito regula alguns aspectos fundamentais, aqueles inerentes à pessoa humana, dentre eles está o direito personalíssimo e o direito de imagem, protegido

constitucionalmente. Em razão da inserção da imagem dos empregados nas redes sociais comerciais, tem sido cada vez mais despertada a problematização da exploração do uso indevido no âmbito empregatício. Conforme o art. 5º, X, da Constituição Federal: “ A dignidade da pessoa humana é inviolável, garantindo o direito de compensação por danos. ”

No contexto, a Consolidação de Leis Trabalhistas não traz um artigo expresso sobre o direito de imagem do empregador; entretanto, temos um princípio fundamental na nossa constituição federal, servindo de base para todas as diretrizes. Diante do exposto, o direito à imagem confere à pessoa o poder de utilizá-la da maneira desejada e para o fim que deseja produzi-la. Além do mais, o próprio código civil estabelece no artigo 20 que o uso deve ser feito apenas a partir do consentimento. Nesse sentido, diante da exposição, afirma Zainaghi:

[...] As novas tecnologias estão transformando não apenas a vida das pessoas, mas também suas formas de agir (...). Nesse processo, muitas vezes as pessoas expõem terceiros que nem conhecem realmente ou criam situações embaraçosas para esses indivíduos. Um exemplo disso é registrar uma situação aleatória (como no caso do trabalhador) e divulgar essa ação sem autorização prévia dele, ignorando seus direitos pessoais. Isso configura claramente uma violação aos direitos fundamentais do cidadão tanto em relação à sua imagem quanto ao seu direito à personalidade” (Zainaghi, 2022).

A mercantilização da imagem dos empregados pelos seus empregadores não pode ser utilizada sem parâmetros estabelecidos, muito menos sem a devida autorização expressa por parte do empregado, confrontando um princípio fundamental constitucional inerente à pessoa, como o direito personalíssimo, a vida privada e a proteção da imagem.

4012

4. DOS EMPREGADOS INFLUENCIADORES

O conceito de “empregados influenciadores” foi recentemente criado por empresas que buscam se estabelecer no mercado comercial online. A intenção inicial era uma forma de atrair indivíduos para trabalhar em um âmbito de Marketing de Vendas. Contudo, na prática, o termo tem sido utilizado como desvio de função para aqueles que já estão empregados. Nesse sentido:

Importante ressaltar a magnitude do direito de imagem, bem como a inviabilidade da autorização automática de seu uso, como aspecto acessório do contrato de trabalho. Como analisado, o contrato de emprego não pressupõe o direito de exploração do uso de imagem de seu empregado sem seu consentimento, normalmente para fins comerciais.” Schio (2012)

Com o aumento da popularidade da internet, o número de influenciadores digitais disparou, conforme pesquisa realizada pelo Influency.me, totalizando 2 milhões de influenciadores digitais. Diante dessa alta demanda, os preços para a contratação de influenciadores subiram, principalmente depois da pandemia. Ressalta-se também que a

contratação de um setor de Marketing Digital gera alguns custos a mais para as empresas comerciais.

Diante desse cenário, surgiram os “empregados influenciadores”, termo que deriva do desvio de função de empregados contratados para outras finalidades. Na prática, as empresas contratam pessoas com determinadas funções, mas usam sua imagem para gravar vídeos e propagandas para as redes sociais, tornando esses indivíduos influenciadores e modelos do comércio. Segundo Biehl:

Tem-se que a utilização da imagem é uma fonte de receita para o seu titular, pois empresas carecem de pessoas e personalidades para divulgação e promoção de seus produtos e eventos. Essa divulgação, de caráter comercial, prescinde de prévia autorização da pessoa exposta, a sua imagem. ” (Biehl, 2003)

Tal ato surge como uma forma de economia para as empresas, já que, mesmo a imagem utilizada para fins onerosos, na maioria dos casos, os empregados não recebem nenhuma porcentagem a mais por isso. Em outras palavras, quando a empresa solicita que um funcionário realize função diversa da estipulada no contrato de trabalho, como produzir conteúdo para as redes sociais, ela está realizando atividade fora do combinado e, conseqüentemente, recebendo menos do que deveria, desviando assim a sua função.

CONTRATO DE TRABALHO. IMAGEM NÃO AUTORIZADA DO FORNECEDOR. AUSÊNCIA DE COMUNICAÇÃO. NÃO HÁ NECESSIDADE DE PROVA DO PREJUÍZO. Para utilização da imagem do empregado, é necessária a devida autorização e, sem a mesma, em casos de fins comerciais, caracteriza dano moral, não sendo necessária a comprovação desse prejuízo (conforme a Súmula 403 do STJ). O uso da imagem e sua representação social em contextos comerciais só é permitido com a respectiva autorização ou compensação financeira. Recurso admitido e parcialmente acolhido. (TRT-11 XXXXX20165110017. Relatora: JOICILENE JERONIMO PORTELA FREIRE, Gabinete da Desembargadora Joicilene Jeronimo Portela Freire).

4013

Nesse sentido, é possível pontuar que a violação da imagem do trabalhador pode afetá-lo moral e também patrimonialmente, por meios do não repasse das devidas verbas arrecadadas por meio da popularização dos vídeos nas redes ou das vendas feitas a partir da exposição desse empregado, caracterizando-se assim como ato de enriquecimento ilícito por parte da empresa, que deriva do aumento do patrimônio de um indivíduo em prejuízo a outro, sem causa jurídica justificável.

5. CONCEITO DA IMAGEM DO EMPREGADO DIANTE O DIREITO PERSONALÍSSIMO

O direito à personalidade se encontra em uma classe em que se estipulam alguns direitos inerentes à pessoa humana, ou seja, em outras palavras, esses direitos não podem ser renunciados, inexistindo a possibilidade de um indivíduo abdicar do que é seu por fundamental,

e, em consequência, também não podem ser transmitidos ou negociados. Segundo Nehemias Domingos de Melo:

Os direitos de personalidade são aqueles que asseguram a vida, a integridade física, a liberdade, a honra, o respeito, a privacidade, os sentimentos, a imagem, o nome, a capacidade e o estado familiar, entre outros, de modo que sua proteção é imprescindível [...] (MELO, 2007, p. 78)

Destarte, notar-se, em alguns casos, como o direito à voz e à imagem, podem ser parcialmente negociados nos limites legais para exercer suas devidas profissões, assim como expressa o artigo 11 do Código Civil; em regra, o direito à personalidade é irrenunciável e inalienável, não cabendo nenhum tipo de limitação voluntária.

Possibilita-se apontar que existem duas correntes de juristas diante desse fato: uma que defende que a negociação, mesmo que nos limites legais, violaria os direitos fundamentais estabelecidos na Constituição Federal de 1988 e na Carta Magna, enquanto outra corrente defende que, se obedecidos todos os limites, com as devidas concessões assinadas, nada seria violado. Nesse sentido:

Assim, a imagem pessoal, em que pese não ser algo tangível, é algo integrante, presente e pertencente a toda e qualquer pessoa. Sendo, portanto, um bem, em que a utilização deste bem por outros depende de prévio consentimento. Neste cenário, importa dizer que o uso indiscriminado, o mau uso, o uso inadequado e o uso sem consentimento implicarão ao agente divulgador as cominações legais aplicáveis, situação bem referendada pelo inciso V do artigo 5º da Constituição Federal.” Biehl (2003)

4014

O direito de imagem é considerado uma subclasse da personalidade, já que este se encontra dentro da sua atributividade. Considerado um direito novo, teve sua necessidade de regulamentação a partir da criação dos jornais, televisão e redes sociais. A imagem é considerada assim como a sociedade enxerga o indivíduo, ou o que todo mundo deseja conservar perante a sociedade.

Trata-se do direito que o indivíduo tem sobre sua aparência, como seus olhos, rosto, busto e perfil, que diante da sociedade são distintos, individualizando assim cada pessoa perante as demais. Dessa maneira, abrange o físico externo do indivíduo; em outras palavras, um conjunto de características capaz de identificar socialmente” (Bittar, 2008, p. 94)

No âmbito trabalhista, a imagem sempre esteve ligada à como a empresa se destaca perante a sociedade. Em uma era digital e capitalista, as empresas têm passado cada vez mais a associar a “boa imagem empresarial” com o alto círculo de compras. Dessa maneira, a exploração da imagem de empregados tem se tornado crescente, ganhando, a cada dia mais, relevância e divergências. Em resumo, o titular da imagem não poderia, portanto, renunciar à imagem; porém, em casos específicos com fins onerosos e delimitados, gerando consequências jurídicas.

6. DA SUBORDINAÇÃO CONTRATUAL DIANTE O PODER DIRETIVO

Entende-se como poder diretivo as prerrogativas que o ordenamento dispõe para o empregador enquanto figura de chefia ou de direção diante de uma empresa, mediante um acordo contratual com todas as funções estipuladas. Conforme o art. 2º da CLT: [...] “O empregador é a entidade, seja individual ou coletiva, que, ao aceitar os riscos inerentes à atividade econômica, contrata, remunera e supervisiona” [...]. É importante salientar que esse poder não é absoluto e deve ser exercido nos limites baseados no princípio da razoabilidade, proporcionalidade e boa-fé.

Atualmente, com a escassez de emprego e a superlotação de mão de obra, os empregados se submetem a manter-se em empregos com condições erroneamente impostas, diante do excesso do poder diretivo. Conforme uma pesquisa da “Trandig Economics”, a taxa de desemprego no Brasil é de 6,6%, equivalente ao total de 7,3 milhões de habitantes. Dessa maneira, diante da hipossuficiência que o empregado detém em relação ao poder de mando, este se submete por diversas vezes a situações ilegais, ferindo os princípios constitucionais.

Em relação ao uso da imagem do empregado, no ato da contratação deve haver um consentimento expresso por cláusula específica sobre a vinculação. É importante destacar que, caso exista e seja assinada essa autorização, a imagem deve ser usada estritamente no limite acordado. Por exemplo, se a autorização foi concedida somente para ser usada na página do Instagram, não há por que o empregador a vincular a outras páginas.

Conforme o art. 444 da CLT: “[...] contratos podem ser livremente acordados pelas partes envolvidas, desde que não infrinjam as normas de proteção ao trabalhador [...]”. Entretanto, diante da vulnerabilidade do empregado perante o poder diretivo, torna-se comum que o empregado seja contratado para uma função diversa e se submeta à exposição nas redes sociais com medo de perder seu emprego. Outra situação abordada é o caso da existência de determinada cláusula, porém presente o vício da coação por parte do empregador.

Nesse último caso, é plenamente eficaz que haja a revogação contratual, devendo haver a exclusão imediata para o menor risco de dano. Conforme o art. 468 da CLT: “[...] é possível mudar as condições descritas somente com o consentimento mútuo das partes envolvidas. Entretanto, essas mudanças não podem acarretar prejuízo ao direito dos empregados [...]”

Mesmo que haja expressa autorização do trabalhador para uso de sua imagem em mídias sociais, devem ser observados os limites da honra do trabalhador. Isso porque a dignidade do trabalhador não deve ser mitigada, levando em consideração os preceitos de dignidade difundidos por Kant (2007, p. 77), coibindo a coisificação do homem e o uso do ser humano apenas como objeto para auferir lucro”. (Cani, 2024)

É importante também destacar que, em relação à concordância tácita (somente por palavras), não pode ser considerada uma concordância válida; isso deriva do entendimento de que seria totalmente desfavorável para os empregados que sua imagem pudesse ser usada somente com a afirmação de que lhes foi permitido, sem nenhum documento com garantia diante da hipossuficiência dessa classe.

O uso da imagem do empregado após a sua demissão também é vedado. Em um caso no qual o funcionário tenha aceitado expor sua imagem, após o seu vínculo ser extinto com a empresa, torna-se necessário que a sua imagem também seja desvinculada, principalmente para fins comerciais; assim entende o poder judiciário brasileiro.

DIREITO DE IMAGEM. INDENIZAÇÃO PELO USO DA IMAGEM. IMAGEM MANTIDA APÓS TÉRMINO DE CONTRATO. EX-EMPREGADO. Após a extinção da relação de trabalho, o nome do trabalhador continua vinculado na plataforma da empresa. Divulgação ilegítima da imagem do empregado pela empregadora. (Publicação, dia: 27/04/2017, TRT-4, 5ª Turma ROT: 00217522820155040402)

É de suma importância destacar que, quando um empregado tem sua imagem exposta por algum motivo que atinja a sua honra objetiva ou subjetiva, será possível que seja aplicada uma indenização por danos morais e até mesmo materiais, pois uma das consequências é a dificuldade em arrumar um novo emprego. Cabível também salientar que essa indenização será possível independentemente da autorização no uso da imagem por parte do empregado, pelo fato de a autorização não ser absoluta.

4016

Como se vê, hoje o dano moral não mais se restringe à dor, tristeza e sofrimento, estendendo a sua tutela a todos os bens personalíssimos — os complexos de ordem ética —, razão pela qual podemos defini-lo, de forma abrangente, como sendo uma agressão a um bem ou atributo da personalidade. Em razão de sua natureza imaterial, o dano moral é insusceptível de avaliação pecuniária, podendo apenas ser compensado com a obrigação pecuniária imposta ao causador do dano, sendo esta mais uma satisfação do que uma indenização” (Cavaliere, 2012, p. 90).

Uma abordagem comum aplicada pelas empresas são atualmente os vídeos do nicho de comédias publicados em páginas do TikTok ou Instagram empresarial, na qual os empregados se submetem a brincadeiras perigosas em alguns casos para poder popularizá-los. O que, além de todas as agravantes sobre a imagem já citadas, pode acarretar um acidente de trabalho, desencadeando consequências que podem acompanhá-lo pelo resto de suas vidas.

Em um caso analisado na cidade de Teófilo Otoni, no estado de Minas Gerais, o Juízo do Trabalho condenou uma loja de móveis no valor de R\$ 12.000,00 (doze mil reais) por forçar uma funcionária a gravar dancinhas para a rede social do TikTok, gerando contra ela conteúdos vexatórios. A decisão foi tomada pelo juiz Fabrício Lima Silva; mesmo a empresa afirmando

que havia consentimento tácito sem provas, o magistrado considerou que, embora real, ele não poderia ter sido dado livremente pela relação de "desequilíbrio" entre patrão e empregado.

7. APLICABILIDADE DA LGPD NO USO INDEVIDO DA IMAGEM DO EMPREGADO NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

A LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) foi criada com o intuito de proteger direitos como a privacidade e a personalidade de cada pessoa perante a internet, tratando dos seus dados, pessoas e limitando quem pode e como esse indivíduo vai poder passar a ter acesso a esses dados. Dessa maneira, tornou-se de extrema importância para os empregados, aplicada subsidiariamente à CLT para fins de evitar implicações, impor sanções e limites, além de minimizar os danos.

O principal objetivo da implementação dessa lei é o devido tratamento dos dados, controlando o uso e o compartilhamento, para que assim ainda exista a privacidade no âmbito digital, garantindo a proteção aos direitos fundamentais, à liberdade e à privacidade. Como anteriormente citado, a CLT não possui uma legislação específica sobre o uso de imagem do empregador, mas, mediante o art. 8º da CLT:

As autoridades administrativas e o Judiciário do Trabalho, na ausência de normas legais ou contratuais específicas, tomarão decisões baseadas na jurisprudência, analogias, equidade e outros princípios gerais do direito. Também poderão considerar os costumes sociais e as comparações jurídicas relevantes [...] Parágrafo único: será usado o direito comum de forma subsidiária quando compatível

4017

Diante desse tratamento, é possível que a Lei Geral de Proteção de Dados seja subsidiariamente aplicada em conjunto com a Consolidação das Leis do Trabalho para que se obtenha uma maior segurança para o empregado nas publicações que envolvam suas imagens. Isso deriva do sentido de perpetuidade na internet; em outras palavras, quando uma coisa é exposta na internet, milhares de pessoas vão ter acesso e, na maioria dos casos, o conteúdo postado é irreversível, já que milhares de indivíduos podem salvar no mesmo segundo.

USO DA IMAGEM. AUTORIZAÇÃO. UTILIZAÇÃO APÓS RESCISÃO CONTRATUAL. A autorização para uso de imagem concedida pelo autor ao seu empregador no curso da relação de emprego, sem que tenha sido fixado um limite de duração, seja quantitativo, seja temporal, não autoriza o entendimento de que o uso da imagem seja permanente, sob pena de considerá-la definitiva, vitalícia e geral, o que colide com a própria natureza personalíssima do direito. Hipótese em que se verifica o dano moral em razão da ofensa ao direito de imagem, nos termos dos incisos V, X e XXVIII, alínea "a", do artigo 5º da Constituição da República, pela constância de sua utilização após o rompimento contratual. (TRT-4 - ROT: 00209164620195040004, Data de Julgamento: 25/11/2020, 2ª Turma)

Como demonstrado, é possível compreender que um terceiro pode se valer da imagem publicada para fins de manipulação, com objetivo de caluniar, injuriar ou difamar o empregado.

Também há que se considerar que, além do prejuízo moral, pode decorrer o patrimonial, já que as informações vinculadas sobre o trabalhador estarão sempre expostas, podendo ser utilizadas como um ponto negativo em sua próxima contratação, acarretando o desemprego, a não possibilidade de sustento, entre outros milhões de consequências na vida daquele indivíduo.

Nesse sentido, é possível analisar que o aceite a essa exposição pode não somente gerar danos pelo seu próprio empregador, mas também por um terceiro. Outrossim, é importante também salientar que, com a nova era digital, tem-se incluído nas empresas o uso da Inteligência Artificial, que deveria ser usado para diminuir o uso da imagem dos empregados, mas muitas vezes acaba por ser usada pejorativamente, propagando fake news, adulterando fotos e vídeos com a imagem do indivíduo anexada.

Dessa forma, é inevitável que a LGPD seja aplicada como uma garantia de proteção à parte hipossuficiente em conjunto com a CLT, visando que a nova era digital não cause danos à imagem do empregado e o poder diretivo do empregador não seja utilizado como meio de coação para o empregado vincular a sua imagem às plataformas digitais das empresas, desde os pequenos comércios de bairro às grandes empresas de capital, considerando o fato da violação de um direito fundamental e irrenunciável.

8. CONCLUSÃO

4018

O presente trabalho apresentou uma análise aprofundada sobre a aplicabilidade das leis trabalhistas no uso da imagem do empregado nas plataformas digitais, contribuindo para o debate sobre os direitos inerentes à pessoa humana, dentre eles o direito personalíssimo e, em especial, o direito de imagem, que é protegido constitucionalmente.

Antes de adentrar ao tema, foi apresentada a breve evolução histórica do direito trabalhista mundial, destacando a época da antiguidade clássica, quando o trabalho era algo associado à população de menor condição monetária, surgindo a escravidão e a servidão. Logo após, foi discorrido sobre as três revoluções industriais que mudaram o cenário mundial das leis trabalhistas. Observando essa evolução exorbitante durante longas décadas, é possível compreender o atual contexto do direito do trabalho, que ainda continua em constante evolução.

Após discorrer sobre os avanços do direito trabalhista, abordou-se acerca do avanço tecnológico comercial em confronto com o direito do trabalho, destacando-se a necessidade das empresas em ampliarem suas formas de estratégia de marketing em resposta à ampla concorrência frente à enorme saturação do mercado comercial. Sendo possível observar essa

crescente frente a uma pesquisa realizada, Maturidade do Marketing Digital e Vendas no Brasil, que constatou que cerca de 94% das empresas adotaram estratégias de marketing digital.

Comprovando a crescente inserção das redes sociais nas estratégias de marketing, surgiu o termo “empregados influenciadores”, que, na prática, tem sido utilizado como desvio de função. Esse desvio deriva da economia estatal, já que, mesmo a imagem sendo utilizada para fins onerosos, na maioria dos casos, os empregados não recebem nenhuma porcentagem a mais por isso. Além de a empresa deixar de contratar um setor apropriado de marketing, que custaria um valor muito maior mensalmente.

Após desenvolver o tópico anterior, tornou-se importante compreender o conceito da imagem do empregado diante do direito personalíssimo. O direito à personalidade se encontra em uma classe em que se estipulam alguns direitos inerentes à pessoa humana, ou seja, em outras palavras, esses direitos não podem ser renunciados, inexistindo a possibilidade de um indivíduo abdicar do que é seu por fundamental, e, em consequência, também não podem ser transmitidos ou negociados.

Dentro da esfera trabalhista, a imagem sempre esteve ligada a como a empresa se destaca perante a sociedade. Em uma era digital e capitalista, as empresas têm passado cada vez mais a associar a “boa imagem empresarial” com o alto círculo de compras. Dessa maneira, a exploração da imagem de empregados tem se tornado crescente, ganhando, a cada dia mais, relevância e divergências. 4019

Essa prática tem ampliado cada vez mais os conflitos entre o poder diretivo do empregador e os direitos da personalidade do trabalhador, especialmente no tocante ao direito à imagem. No cenário atual, devido à alta escassez de emprego e à superlotação de mão de obra, os empregados têm cada vez mais se submetido a manter-se em empregos com condições degradantes diante do abuso de poder por meio de condições laborais que nunca foram pactuadas e que são contrárias ao senso da legislação.

No presente artigo, foi possível analisar tal ato por meio de um caso analisado na cidade de Teófilo Otoni, no estado de Minas Gerais, em que o Juízo do Trabalho condenou uma loja de móveis no valor de R\$ 12.000,00 (doze mil reais) por forçar uma funcionária a gravar dancinhas para a rede social do TikTok, gerando contra ela conteúdos vexatórios. Mesmo a empresa alegando a concordância por parte da funcionária, diante da subordinação perante o poder diretivo, o magistrado entendeu como argumento inválido.

É importante também destacar que, em relação à concordância tácita (somente por palavras), não pode ser considerada uma concordância válida; isso deriva do entendimento de que seria totalmente desfavorável para os empregados que sua imagem pudesse ser usada somente com a afirmação de que lhes foi permitido, sem nenhum documento que garantia diante da hipossuficiência dessa classe.

Conforme o exposto, o presente artigo também apontou o fato de a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) não regular expressamente sobre o uso da imagem do empregado, principalmente no âmbito digital. Entretanto, comprova-se que, pelos direitos personalíssimos estabelecidos na Constituição Federal de 1988, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e o Código Civil podem ser aplicados de maneira subsidiária para garantir a proteção do trabalhador.

O presente trabalho demonstrou, ainda, que a LGPD desempenha papel essencial na proteção da imagem do trabalhador, ao estabelecer parâmetros para o tratamento e a divulgação de dados pessoais e sensíveis, aplicando-se de forma subsidiária ao Direito do Trabalho. O tratamento indevido de imagens e informações pessoais nas redes sociais corporativas pode acarretar prejuízos não apenas morais, mas também materiais e profissionais ao empregado, impondo ao empregador o dever de observar os princípios da finalidade, necessidade e 4020
transparência.

Com base na doutrina e na jurisprudência examinadas, conclui-se que a exposição da imagem do empregado, ainda que precedida de consentimento, exige critérios objetivos, formais e delimitados. A assinatura genérica de termo de autorização não legitima usos ilimitados, tampouco substitui a necessária negociação ou eventual compensação financeira quando há finalidade comercial.

Portanto, por meio do presente estudo, é possível concluir que o uso da imagem do empregado deve observar de maneira rigorosa os limites jurídicos e éticos estabelecidos na CLT e na LGPD, além de respeitar os princípios fundamentais estabelecidos na Constituição Federal de 1988, para que seja possível garantir a dignidade da pessoa humana nas relações trabalhistas.

Frente às novas tecnologias adotadas pelos comércios, o trabalho reforça a importância de reformas legislativas para assegurar o equilíbrio entre os interesses empresariais e do trabalhador, consolidando um ambiente laboral justo, respeitoso e compatível com os desafios da era digital.

REFERÊNCIAS

ALBANESI, Fabrício Carregosa. *O que se entende por poder diretivo do empregador?* Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/noticias/o-que-se-entende-por-poder-diretivo-do-empregador-fabricio-carregosa-albanesi/2107527>. Jusbrasil, 2010. Acesso em: 22 junho 2025.

AUGUSTO, Vânia Aleixo Pereira Chamma. *Foto de funcionário só pode ser usada se houver autorização.* Disponível em: https://www.conjur.com.br/2006-jul-02/foto_funcionario_usada_autorizacao/. Consultor jurídico, 2006. Acesso em: 22 junho de 2025.

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

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Senado Federal, Brasília, 1988.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o *Código Civil*. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 jan. 2002

BRASIL. Lei nº 13.467, de 13 de julho de 2017. Altera a *Consolidação das Leis do Trabalho (CLT)*, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Lei/L13467.htm>. Acesso em: 22 de junho de 2025

CHRISPIM, Roberta; FORTES, Thaís Gonçalves. *Direito de imagem e contrato de trabalho: garoto (a) propaganda é empregado, pode?* Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/377205/direito-de-imagem-e-contrato-de-trabalho>. Migalhas, 2022. Acesso em: 22 junho de 2025. 4021

DIAS, Gizelle Silva; Buzato, Karine Santos. *O direito a imagem do trabalhador pela sua exposição para promoção das empresas em redes sociais*. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, [S. l.], v. 9, n. 10, p. 5894– 5899, 2023. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/1210>. Acesso em: 22 junho de 2025.

ECONOMICS, Trading. *Taxa de desemprego no Brasil*. Disponível em: <https://pt.tradingeconomics.com/brazil/unemploymentrate#:~:text=Taxa%20de%20desemprego%20no%20Brasil%20caiu%20para%206%2C60%25%20em,10%25%20em%20novembro%20de%202024>, 2025. Acesso em: 22 junho de 2025.

GAMA, Tiago Rodrigues Leão de Carvalho. *Danos materiais pela utilização da imagem do obreiro pelo empregador na publicidade.* Disponível em: <<https://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/41967/danos-materiais-pela-utilizacao-da-imagem-do-obreiro-pelo-empregador-na-publicidade>>. Conteúdo Jurídico, 2014. Acesso em: 22 de junho de 2025.

JUBILUT, Leonardo Collesi Lyra. *Uso da imagem do empregado e suas repercussões no contrato de trabalho*. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/217000/uso-da-imagem-do-empregado-e-suas-repercussoes-no-contrato-de-trabalho>>. Portal Migalhas, 2015. Acesso em: 22 de junho de 2025.

JUSBRASIL. TRT-SP: *proteção do direito de imagem no contrato de trabalho*. Processo no 00362-2003-013-02-00-7, analisado pelo Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região. Disponível em: <<http://trto2.jusbrasil.com.br/noticias/1029265/trt-sp-protecao-do-direito-de-imagem-no-contrato-de-trabalho>>. Acesso em: 22 de junho de 2025.

MIGALHAS. *Loja indenizará empregada por forçá-la a fazer dancinhas para o TikTok*. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/384911/loja-indenizara-empregadapor-forca-la-a-fazer-dancinhas-para-o-tiktok>, 2023. Acesso em: 22 de junho de 2025.

MORAIS Junior, RICARDO Antonio Maia de. *Accountability e direito fundamental à proteção de dados pessoais enquanto limites ao uso da inteligência artificial na relação de emprego*. Faculdade de Direito, Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-Graduação em Direito, Fortaleza, 2023. Acesso em: 22 de junho de 2025.

PEREIRA, Vânia Aleixo. *Foto de funcionário só pode ser usada se houver autorização*. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2006-jul-02/foto_funcionario_usada_autorizacao>. Conteúdo Jurídico, 2006. Acesso em: 22 de junho de 2025.

RAMOS, Rafael Teixeira. *Empregado tem direito pela exposição digital de imagem, voz ou nome?* Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/empregado-tem-direito-pela-exposicao-digital-imagem-voz-nome-18032022>, 2022. Acesso em: 22 de junho de 2025.

REZENDE, Elcio Nacur. *A Súmula 403 do Superior Tribunal de Justiça e o uso indevido da imagem das pessoas naturais no ambiente virtual*. 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: 22 de junho de 2025.

4022

RUARO, Regina Linden e RODRIGUEZ, Daniel Piñeiro. *O direito à proteção de dados pessoais na sociedade da informação*. Disponível em: http://direitoestadosociedade.jur.puc-rio.br/media/8ruaro_rodriguez36.pdf. Acesso em: 22 de junho de 2025.

TINDOU, Juliano Bezerra. *O direito de imagem do empregado e suas repercussões no contrato de trabalho*. Disponível em: https://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/9233/O-direito-de-imagem-do-empregado-e-suas-repercussoes-no-contrato-de-trabalho#google_vignette. Direito net, 2015. URL. Acesso em: 22 de junho de 2025.

TRT. Tribunal Regional do Trabalho- 4ª região. Acórdão: XXXXX-28.2015.5.04.02 (ROT). Relator Clovis Fernando Schuch Santos. 5ª turma, data de julgamento: 27 de abril de 2017

TRT. Tribunal Regional do Trabalho- 11ª região. Acórdão: 0002346-80.2016.5.11.0017 (ROT). Relatora: Joicilene Jeronimo Portela Freire. 2ª Turma, data de julgamento: 12 de março de 2018

TRT. Tribunal Regional do Trabalho- 4ª região. Acórdão: 0020916-46.2019.5.0004 (ROT). Relator: Clovis Fernando Schuch Santos. 2ª turma, data de julgamento: 25 de novembro de 2020.