

## 4

DOI: 10.5281/zenodo.12524355

Como citar este artigo  
(ABNT NBR 6023/2018):

COSTA, Amyna Mirelle Farias da; ALVES, Fabrício Germano; SOUZA, Hellen Dayane Dias. Responsabilidade civil pela utilização indevida de imagens pessoais em anúncios publicitários. *Revista Insigne de Humanidades*, Natal, v. 1, n. 1, p. 50-65, jan./abr. 2024.

Recebido em: 15/01/2024  
Aprovado em: 29/01/2024

## Responsabilidade civil pela utilização indevida de imagens pessoais em anúncios publicitários

*Civil Liability for the Improper Use of Personal Images in Advertisements*

Amyna Mirelle Farias da Costa<sup>1</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

✉ Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1728237158460394>.  
✉ E-mail: amynamirelle@gmail.com.

Fabrício Germano Alves<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

✉ Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4247505371266682>.  
✉ E-mail: fabriciodireito@gmail.com.

Hellen Dayane Dias Souza<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

✉ Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8927476018391036>.  
✉ E-mail: hellendayane2005@gmail.com.

### SUMÁRIO

**1 INTRODUÇÃO. 2 DIREITO À IMAGEM E RESPONSABILIDADE CIVIL. 2.1 DIREITO À IMAGEM. 2.2 RESPONSABILIDADE CIVIL. 3 RESPONSABILIZAÇÃO CIVIL PELA UTILIZAÇÃO INDEVIDA DA IMAGEM. 4 ANÁLISE DE DECISÃO JUDICIAL DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO SOBRE A RESPONSABILIDADE CIVIL DO USO INDEVIDO DE IMAGENS PESSOAIS EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS. 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS. REFERÊNCIAS.**

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Técnica em Agroecologia pelo Instituto Federal do Rio Grande do Norte. Pesquisadora do projeto de pesquisa Tutela coletiva na defesa do consumidor. Integrante do Grupo de Estudos de Direito Digital Público e Direitos Humanos e do Grupo Potiguar de Ciências Criminais. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1728237158460394>. E-mail: amynamirelle@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutor e Mestre pela Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU) – Espanha. Mestre em Direito (UFRN). Especialista em Direito do Consumidor e Relações de Consumo (UNP), Direito Eletrônico (Estácio), Direito Autoral e Propriedade Intelectual (Uniamérica), Direito Educacional (Uniamérica), Publicidade e Propaganda: mídias, linguagens e comportamento do consumidor (Intervale), Marketing Digital (Intervale), Docência no Ensino Superior (FMU), Metodologias em Educação a Distância (Intervale) e Metodologia da Pesquisa Científica (FACSU). Líder do Grupo de Pesquisa Direito das Relações de Consumo. Coordenador do Laboratório de Estudos e Pesquisas em Direito das Relações de Consumo (LABRELCON). Professor da Graduação e Pós-Graduação (UFRN). Vice-Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Direito do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA). Avaliador do INEP/MEC. Advogado. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4247505371266682>. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-8230-0730>. E-mail: fabriciodireito@gmail.com.

<sup>3</sup> Acadêmica do Curso de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Pesquisadora do projeto de pesquisa Tutela Coletiva na Defesa do Consumidor. Integrante do Grupo de Estudos de Direito Digital Público e Direitos Humanos, da UFRN (GEDI). Colaboradora da Insigne Acadêmica. Editora Assistente da Revista Insigne de Humanidades. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8927476018391036>. E-mail: hellendayane2005@gmail.com.

**RESUMO:**

A responsabilidade civil decorrente da utilização indevida de imagens pessoais em anúncios publicitários destaca-se pelos fundamentos jurídicos e pela necessidade de reparação dos danos causados. Com base na Constituição Federal de 1988, no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor, este trabalho explora como a violação do direito à imagem pode comprometer a honra, a vida privada e a dignidade das pessoas. A pesquisa examina as formas de responsabilização civil, incluindo a distinção entre responsabilidade objetiva e subjetiva, bem como os critérios para a reparação de danos patrimoniais e extrapatrimoniais. Utilizando uma abordagem bibliográfica, documental e exploratória, o estudo analisa casos concretos e decisões judiciais relevantes, com foco na proteção dos direitos de imagem e na aplicação de indenizações. Conclui-se que é essencial fortalecer as regulamentações e garantir a efetiva proteção jurídica contra o uso indevido de imagens pessoais, promovendo a conscientização sobre a importância do consentimento e da preservação da integridade moral dos indivíduos.

**Palavras-chave:**

Direito à imagem. Responsabilidade civil. Anúncios publicitários. Indenização. Brasil.

**ABSTRACT:**

Civil liability arising from the improper use of personal images in advertisements stands out for its legal foundations and the need for damage reparation. Based on the 1988 Federal Constitution, the Civil Code, and the Consumer Defense Code, this work explores how the violation of the right to image can compromise the honor, privacy, and dignity of individuals. The research examines forms of civil liability, including the distinction between objective and subjective liability, as well as the criteria for the reparation of material and immaterial damages. Using a bibliographic, documentary, and exploratory approach, the study analyzes concrete cases and relevant judicial decisions, focusing on the protection of image rights and the application of compensations. It concludes that it is essential to strengthen regulations and ensure effective legal protection against the improper use of personal images, promoting awareness about the importance of consent and the preservation of individuals' moral integrity.

**Keywords:**

Right to image. Civil liability. Advertisements. Compensation. Brazil.

## 1 INTRODUÇÃO

A Constituição Federal de 1988 prevê que a imagem é um direito inviolável de cada personalidade, inclusive ela assegura a honra, a intimidade, a vida privada e a garantia de indenização em casos de violações da imagem, conforme o seu art. 5, inciso X. Este direito encontra-se previsto também no Código Civil, instituído pela Lei nº 10.406, nos artigos: “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; Art. 21. A vida privada da pessoa natural é inviolável, e o juiz, a requerimento do interessado, adotará as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma”, e no Código de Defesa do Consumidor, instituído pela Lei nº 8.078, onde afirma que: “Art. 6º São direitos básicos do consumidor: VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos”.

O Código Civil traz, ainda, os direitos da personalidade como essenciais à defesa dos valores do indivíduo, como direitos intrinsecamente fundamentais (art. 11 ao 21, Código Civil). Dentre eles, há o direito à imagem e seu desenvolvimento, perante os avanços da pós-modernidade, a qual provoca preocupações para o cenário jurídico, tendo em vista o cenário ilimitado, de informações circulantes nos meios digitais e publicitários.

Entretanto, com o avanço tecnológico, imagens pessoais começaram a ser cada vez mais utilizadas com fins publicitários, com ou sem autorização do titular do direito à imagem. A democratização da inovação tecnológica, nesse contexto, tornou a exposição pessoal ou de imagens íntimas mais facilitada, causando uma maior possibilidade de violação do direito à imagem das pessoas.

Dentre as tais violações, existem a publicação não autorizada de imagens privadas, o uso indevido de imagens para fins comerciais, manipulação de imagem, divulgação de informações falsas associadas à imagem, uso de imagens de crianças e adolescentes sem autorização e criação de perfis falsos com imagens de terceiros.

Com a expansão dos meios de comunicação, os quais usam de fontes visuais, como a internet, as imagens podem ser amplamente divulgadas, podendo gerar altas repercussões sociais, por meio de comunicação social fortemente difundida pelo meio tecnológico cibernético, o que pode provocar um grande impacto na propagação de anúncios publicitários.

Diante disso, é preciso compreender como deve ser apurada a responsabilidade civil frente às possíveis violações ao direito à imagem. Neste texto, será exposto mais especificamente, acerca da violação do direito à imagem em anúncios publicitários, contribuindo para o conhecimento sobre como ocorre a proteção dos direitos de imagem nesse contexto e sobre como deve ser apurada a responsabilidade civil dos anunciantes, perante a violação do direito à imagem.

Dessa maneira, este trabalho tem como objeto geral abordar a responsabilidade civil dos anunciantes frente ao uso indevido de imagens pessoais em suas comunicações publicitárias. Nesse sentido, busca estudar os fundamentos jurídicos da responsabilização civil com o objetivo de apontar as bases da responsabilização civil, como os artigos da Constituição Federal, do Código Civil e do Código de Defesa do Consumidor, assim como também explicitar se tal responsabilidade é objetiva ou subjetiva, além de quais indivíduos podem ser responsabilizados, seja o anunciante ou o meio de comunicação utilizado para a veiculação da imagem, por exemplo.

Com o fito de atingir os objetivos expostos, tal pesquisa desenvolve-se a partir de uma abordagem bibliográfica, documental e exploratória como instrumentos procedimentais. Dessa forma, utiliza-se de uma análise de monografias, artigos científicos e livros sobre a temática, além de uma literatura específica sobre direitos de imagem e, principalmente, sobre a responsabilidade civil.

Nessa perspectiva, para a concretização da pesquisa, este trabalho está organizado da seguinte forma: a) apresentação do conceito de direito à imagem e da responsabilidade civil; b) explicitação de como deve ser a responsabilização civil dos anunciantes frente a utilização devida da imagem pessoal na publicidade; c) análise de decisão judicial do Tribunal de Justiça de São Paulo sobre o assunto.

## **2 DIREITO À IMAGEM E RESPONSABILIDADE CIVIL**

O estudo sobre direito à imagem e responsabilidade civil faz-se de grande importância para a compreensão da temática, por aquele ser um dos fundamentos dos direitos da personalidade, além da relevância da discussão sobre a responsabilização civil, tendo em vista que tal concepção tem a ideia de que os indivíduos possuem o dever de responder pelas suas respectivas condutas. Desse modo, o debate deste trabalho irá se desenvolver em torno da responsabilidade civil do anunciante pelo uso indevido de imagens pessoais.

### **2.1 DIREITO À IMAGEM**

A imagem é uma forma de comunicação social desde as pré-civilizações quando utilizavam artes rupestres para dialogar com os indivíduos de seu clã. Com a evolução, a realidade da imagem mudou, juntamente com o aparecimento de uma proteção jurídica, haja vista sua importância para a efetivação do direito à imagem das pessoas, uma vez que a noção de imagem se dá no sentido de que o indivíduo receptor entenda a ideia, ou seja, compreenda a imagem exposta de forma mais nítida (Affornalli, 2012, p. 85).

Nessa lógica, com o avanço dos meios de comunicação social, o uso de imagens para fins publicitários tornou-se uma prática comum nas sociedades contemporâneas, em decorrência da era tecnológica, principalmente pela facilidade em realizar anúncios

publicitários virtualmente, em busca de atingir o maior público possível. No entanto, com esse aumento das utilizações de imagens, surge uma problemática: resguardar e garantir a preservação da particularidade do indivíduo e sua moral. Assim, tendo em vista a problemática observada nas sociedades atuais, a seara jurídica busca abordar sobre as consequências da violação do direito à imagem.

A exemplo disso, considera-se o art. 5º, inciso X da Constituição Federal: “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”. Nesse contexto, a divulgação de imagens em anúncios comerciais, realizada de modo indevido, constitui violação ao direito de personalidade do indivíduo e fere a dignidade humana, de modo a comprometer o próprio controle de representação visual do indivíduo, além de consentir com uma prática de exploração comercial, posto que o direito à imagem se baseia na garantia de que o retrato pessoal seja resguardado, mediante o público ou vias mercantilizadas. Além disso, tal direito possui o dever, também, de manter a personalidade material e intelectual do cidadão (Diniz, 2004, p. 127).

Ainda sob esse viés, é importante ressaltar que o Código Civil compreende os direitos da personalidade, em outras palavras, absolutos, (“Art. 11. Com exceção dos casos previstos em lei, os direitos da personalidade são intransmissíveis e irrenunciáveis, não podendo o seu exercício sofrer limitação voluntária”), ou seja, tais direitos são considerados como *erga omnes* - todos estão sujeitos a ele, incluindo o Estado, de acordo com a conceituação a partir do dicionário acadêmico de Direito de Marcus Cláudio. O direito de imagem, insere-se no gênero direitos da personalidade (“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” - Código Civil) e também possui características em comum, é um direito essencial, oponível *erga omnes*, geral, absoluto, imprescritível, impenhorável, irrenunciável, inapropriável e, apesar de intransmissível, o que permite a exploração econômica pelo representado (Gusmão, Suyane, 2017, p. 18).

É válido mencionar que tais direitos se caracterizam como originários, já que são inerentes à natureza humana; essenciais porque são indispensáveis; indisponíveis, por ninguém poder se apropriar; extrapatrimoniais, aqueles afastados de valor econômico; intransmissíveis, inseparáveis do titular e imprescritíveis, o direito de o titular reclamá-los quando quiser (Rocha, 2003, p. 36).

Por isso, tratando-se de anúncios publicitários e sua utilização em meios de comunicação, é necessário garantir que os requisitos, em relação aos deveres quanto ao uso da imagem de outrem, sejam cumpridos, para que não seja considerado dano à imagem, pois segundo Rocha (2003, p. 34) “os direitos de personalidade são frutos do desenvolvimento dos

chamados direitos fundamentais, também conhecidos por liberdades públicas, direitos humanos ou direitos subjetivos públicos.”

No que tange às consequências acerca da violação da imagem, o Supremo Tribunal Federal assegura:

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 (Informativo STF, 2015).

Nesse cenário, o uso de imagens pessoais para fins publicitários sem autorização, a fim comercial, também é passível de indenização, pois a violação considera-se como ato ilícito. O art 186 do código civil enfatiza, ainda, que “aquele que por ação ou omissão voluntária, negligência, ou imprudência pratique a violação de algum direito, seja causando um dano ou ainda que seja especificamente uma ofensa a sua moral, comete ato ilícito.”

## 2.2 RESPONSABILIDADE CIVIL

Nas eras passadas, havia discussões e as pessoas reagiam com vingança, tal como a Lei do Talião, o qual o mandamento ordenava “olho por olho, dente por dente”, presente no Código de Hamurabi (criado por Hamurabi em 1700 a.C). No entanto, com as transformações históricas e em busca de uma harmonia social, surgiram os direitos e os deveres com garantias mais específicas, seguindo a realidade vigente.

Assim, a responsabilidade civil esteve presente durante o desenvolvimento das sociedades com a ideia de que o indivíduo deve se responsabilizar pelos atos ou danos cometidos contra outrem. Porém, com a evolução sócio-histórica, a conceituação da responsabilização civil não só esteve centrada na pena imposta ao autor do delito, mas também passou a focar na reparação do dano causado pelo ato ilícito.

Nas sociedades atuais, foi intitulada a responsabilidade civil como um dever jurídico, presente nos incisos V e X do art. 5º da Constituição Federal, em que o V assegura o direito de indenização pelos tipos de danos, seja material, moral ou à imagem, enquanto o outro inciso descreve que “X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”, como também no art. 927 do Código Civil: “Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo”.

Esses fundamentos, desse modo, passaram a se basear na responsabilidade objetiva, conceito já abordado pelo Direito Civil (art. 927 do Código Civil: “Parágrafo único.

Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa nos casos especificados em lei, [...]”, em que tem como exposto a reparação da vítima, e não a noção de culpa, demonstrado pela responsabilidade subjetiva.

Além disso, é importante mencionar que a responsabilidade civil não se faz presente apenas no Código Civil, mas também na Constituição Federal de 1988, presente no art. 5º, inciso X, (“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 meio do princípio de *Neminem Laedere*, traduzindo “a ninguém ofender”, de forma implícita nos arts. 186 e 927 do Código Civil, já citado, assim como no art. 187 do Código Civil: “também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes”.

Mormente, o art. 186 do Código Civil afirma que “aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito”. Dessa forma, diante do surgimento de um ato ilícito, urge a necessidade de reparação de danos, conforme complementado pelo art. 927 do Código Civil.

Sob esse viés, sobre a conceituação do termo responsabilidade civil, Maria Helena Diniz afirma que responsabilidade civil consiste na aplicabilidade de meios que imponham o indivíduo reparar o dano moral ou patrimonial causado a outrem em razão de ato do próprio imputado, de pessoa por quem ele responde, ou de fato, de coisa ou de animal sob sua guarda ou, ainda, de simples imposição legal. Isto é, independente da razão, se foi gerado algum dano, este deve ser reparado pelo causador.

Cabe pontuar, também, que para que haja o mínimo de compensação mediante ao dano causado, o indivíduo lesado pode pedir indenização, caso haja os seguintes requisitos essenciais da responsabilidade civil: a ação ou omissão do agente, o nexo de causalidade e o dano provocado, já que existe a obrigação da responsabilização civil conceder indenização ao ofendido.

Em princípio, toda atividade que acarreta prejuízo gera responsabilidade ou dever de indenizar. Haverá, por vezes, excludentes, que impedem a indenização, como veremos. O termo responsabilidade é utilizado em qualquer situação na qual alguma pessoa, natural ou jurídica, deva arcar com as consequências de um ato, fato ou negócio danoso. Sob essa noção, toda atividade humana, portanto, pode acarretar o dever de indenizar. Desse modo, o estudo da responsabilidade civil abrange todo o conjunto de princípios e normas que regem a obrigação de indenizar (Venosa, 2013, p. 1)

A responsabilização civil, portanto, está pautada no fundamento de contraprestação, haja vista a obrigação de indenização em situações de danos causados a

outrem, por impor as responsabilidades objetivas e subjetivas, como também ter natureza jurídica sancionadora.

Com base nisso, é importante ressaltar que a distinção entre ambos os tipos de responsabilidade, consiste no fator da “culpa” ou “dolo”. A responsabilidade civil subjetiva, ocorre quando o sujeito comete um ato ilícito, ou seja, pratica uma ação com a intenção de causar dano a outrem. É sob essa perspectiva que Carlos Roberto Gonçalves (2017, p. 47), afirma que “a prova da culpa do agente passa a ser um pressuposto necessário ao dano indenizável”.

Em contrapartida, na responsabilidade objetiva, apesar de não ser utilizada de modo substitutivo em relação a subjetiva, ela é aplicada excepcionalmente, em casos nos quais devem ser analisados apenas o dano e seu nexos de causalidade. Segundo o art. 43 do Código Civil “As pessoas jurídicas de direito público interno são civilmente responsáveis por atos dos seus agentes que nessa qualidade causem danos a terceiros, ressalvado direito regressivo contra os causadores do dano, se houver, por parte destes, culpa ou dolo.”

Ainda sob esse viés, o art. 37 da Constituição Federal, inciso 6, preceitua que “é objetiva a responsabilidade das pessoas jurídicas de direito privado prestadoras de serviços públicos, pelos danos causados a terceiros, com base na teoria do risco administrativo.”

### **3 RESPONSABILIZAÇÃO CIVIL PELA UTILIZAÇÃO INDEVIDA DA IMAGEM**

Conforme mencionado anteriormente, a responsabilidade civil é a obrigação que o indivíduo tem para reparar um dano causado a outrem. No caso do direito à imagem, dependendo do tipo do dano causado, este fere a moral, a integridade, a dignidade e também a privacidade do indivíduo, a exemplo de que segundo Moraes (2003), “os danos extrapatrimoniais ou morais são aqueles que correspondem ao patrimônio ideal ou imaterial do ser humano, seu valor moral, que quando violados, causam dor psíquica por conta de a dignidade ter sido atingida”, o que é passível de uma indenização com objetivo de restauração.

Inclusive essa violação do direito à imagem pode gerar consequências na esfera do Direito Penal, tendo em vista que em alguns casos constitui-se como crime, a exemplo do art. 218-C do Código Penal o qual afirma que “a disponibilização sem consentimento de fotos, vídeos, da imagem do indivíduo associada a sexo, nudez, além conteúdo relacionado a prática de estupro, é considerado ilícito penal.”

Por outro lado, para maior compreensão de responsabilidade civil, será analisado um caso concreto: Alice Secco, uma criança de dois anos, a qual ficou popularmente conhecida pela sua facilidade em soletrar e pronunciar palavras complexas, realizou uma peça publicitária, juntamente com a atriz Fernanda Montenegro. Porém, existiu uma problemática que consistiu no fato da imagem da criança ter sido utilizada para memes, após tal anúncio publicitário, embora sua mãe, Morgana Secco, afirmasse que não autoriza a associação da imagem de sua filha em memes ou para fins comerciais.

Sob esse contexto, é possível visualizar a violação, além do artigo 5º, inciso X da Constituição Federal (“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”), também do art. 17 do Estatuto da Criança e do Adolescente, o qual afirma 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”.

Ainda, a exposição da criança visa o aumento de visualizações, tratando-se de uma estratégia de marketing, o que além de se comportar como exploração comercial e violação da imagem, há uma violação do princípio da dignidade humana (art. 1, inciso III, da Constituição Federal) e do direito da liberdade de escolha (art. 5, inciso X da Constituição Federal), a respeito de como a própria imagem será utilizada.

Após as violações do direito à imagem, é possível que se inicie o processo de restauração ao dano causado, mas antes, para melhor compreensão da temática, é mister conceituar o que se configura como dano. Segundo Carlos Roberto Gonçalves (2012, p. 335), o dano se representa como uma ofensa ao patrimônio da vítima, mesmo que não mensurável economicamente, possibilitando, assim, o surgimento de uma pretensão indenizatória.

Diante disso, partindo do conceito de dano exposto anteriormente, é possível observar duas categorias, a do dano material ou patrimonial, e extrapatrimonial ou moral. De acordo com Affornali (2012, p. 69), a imagem possui, diferentemente de outros direitos da personalidade, um conteúdo patrimonial ou material. Logo, quando não autorizada a retratação dos sinais físicos identificadores do titular da imagem ou a sua divulgação, causando-lhe prejuízos de natureza pecuniária, estar-se-á diante do dano patrimonial à imagem. No caso dos anúncios publicitários, o dano patrimonial é visto quando há a divulgação da imagem sem consentimento do titular, ou até mesmo por meio do uso não previsto na contratação, em prol do enriquecimento de outro sujeito.

Outrossim, o dano extrapatrimonial surge quando se afeta o patrimônio ideal ou imaterial do ser humano, seu valor moral, que quando violados, causam dor psíquica por conta da dignidade ter sido atingida (Moraes, 2003). Assim como no dano material, também está sujeito a indenização.

Nessa conjuntura, segundo Affornali (2012, p. 7) a ofensa ao direito de imagem, patrimônio jurídico do indivíduo, sendo patrimonial ou extrapatrimonial, faz surgir o dever de reparar. A reparação, nesse contexto, ocorre em ações ressarcitórias de dano à imagem, por meio da indenização pecuniária.

Já Luiz R. Wambier, conceitua o dano do seguinte modo:

Situação resultante de ato ou de omissão, ilícitos ou não, em que alguém, de forma culposa ou em razão do exercício de dada atividade, cujos riscos deva suportar, cause menos valia ao patrimônio da vítima, mesmo que relativa a interesses não apreciáveis economicamente,

possibilitando, via de consequência, o nascimento de uma pretensão ressarcitória (Wambier, 1988, p. 33)

Nesse contexto, Álvaro A. Notaroberto Barbosa (1989) afirma que haverá dano em relação a imagem quando a violação diga respeito ao consentimento, onde o indivíduo não autorizou a fixação de seu retrato, quanto ao uso, quando, embora a imagem tenha sido autorizada, ultrapassa os limites previamente estipulados e, quanto à ausência de finalidade que justifique a exceção, posto que embora se trate de pessoa pública, deve-se atentar se a fotografia corresponde ao exercício da sua função pública.

No que tange a reparação do dano, Carlos Roberto Gonçalves (2011, p. 99), pontua que “a Carta Magna foi explícita em assegurar, ao lesado, direito à indenização por dano material ou moral decorrente da violação [...] da imagem das pessoas”, além de que quando há violação da imagem de uma pessoa, compete a ela pleitear a indenização decorrente da violação (Cavallaro Filho, 2009, p. 51). Ou seja, a reparação é um direito do indivíduo lesado, em que divide-se em reparação do dano patrimonial e extrapatrimonial ou moral da imagem.

Quanto à reparação do dano patrimonial da imagem, esta refere-se a recuperação do valor econômico perdido enquanto outrem utilizava-se da imagem do violado. Para Maria Cecília M. Affornalli (2012, p. 72), o valor atribuído deverá levar em conta diversos fatores, tais como, a popularidade do retratado, o faturamento ou aumento de lucro que o violador teve com a utilização da imagem, os limites do anúncio publicitário, dentre outras. Os danos emergentes, nos contratos de imagens, representam o valor que o representado cobraria se tivesse recebido a proposta de permissão condicionada do uso da imagem, e os lucros cessantes, a perda de oportunidades de ganhos decorrentes do uso não autorizado da imagem (Affornalli, 2012, p. 72). Isto é, a reparação deve ser realizada de forma ampla, a englobar as perdas e os danos do lesado.

Quanto à reparação do dano extrapatrimonial ou moral da imagem, se dá por meio do pagamento de um valor, descrito por um juiz, semelhante ao dano moral causado, utilizando-se da indenização pecuniária. Partindo para a responsabilização do pagamento da indenização, Maria Helena Diniz (2007, p. 216), com base no art. 942 do Código Civil, entende que a responsabilidade é individual. Isto é, a pessoa que causou o dano deve se responsabilizar pelo ato lesivo e suas consequências. No entanto, caso haja mais de uma pessoa provocando o dano, os autores respondem de forma solidária.

A responsabilidade ainda pode ser classificada da seguinte forma: responsabilidade objetiva e subjetiva. A primeira refere-se a obrigação, do autor da violação, de pagar a indenização, independente das provas de dolo ou culpa, enquanto a responsabilidade subjetiva se dá quando o autor causa a transgressão por dolo ou culpa e, só a partir dessa comprovação, possui o dever de cumprir com a indenização. Quanto a este fato, a responsabilidade objetiva é muito utilizada nos casos do Código de Defesa do Consumidor, porém o Código Civil usa a responsabilidade subjetiva como uma regra a ser seguida.

Por outro lado, a obrigação de reparação é decorrente do uso indevido da imagem de outrem, não precisando de ações que demonstrem prejuízo, uma vez que apenas a violação da imagem já configura o dano moral, o que se faz necessário a indenização reparatória.

Quanto à responsabilidade civil subjetiva, Coelho (2012, p. 593-594) afirma que “é uma forma utilizada para desestimular as condutas não saudáveis para uma equilibrada vida em sociedade”. O autor ainda acrescenta que ela constitui apenas um dos instrumentos utilizados para conter comportamentos indesejáveis, havendo também outros tipos de responsabilidade, como a penal e a administrativa.

Sob esse viés, Cavalieri (2015, p. 44) apresenta alguns pressupostos da responsabilidade civil subjetiva, o autor constata que em primeiro lugar há um elemento formal, que seria a violação de algum dever jurídico partindo de um ato voluntário; existe justamente um elemento subjetivo, que seria o dolo ou a culpa, mencionado anteriormente como o principal fator de diferenciação entre a responsabilidade subjetiva e objetiva; e há também um terceiro pressuposto, que seria um elemento causal-material (o dano e a sua relação de causalidade).

Tratando-se ainda da característica do “dolo” presente na responsabilidade civil subjetiva, segundo Pereira (2013, p. 507):

a regra geral, que deve presidir a responsabilidade civil, é a sua fundamentação na ideia de culpa; mas, sendo insuficiente esta para atender às imposições do progresso, cumpre ao legislador fixar especialmente os casos em que deverá ocorrer a obrigação de reparar, independentemente daquela noção.

Sob essa ótica, existem situações na qual há dificuldade em provar ou identificar a culpa *lato sensu*, por isso surgiu a responsabilidade sem a apuração da culpa, a isso denomina-se a responsabilidade civil objetiva, na qual consideram-se o dano causado e seu nexó de causalidade. Segundo Coelho (2012), na responsabilidade objetiva o agente deve indenizar os danos causados mesmo que sem a existência de culpa.

Tal questão pode ser observada no art. 43 do Código Civil, no qual os servidores públicos são imputados a repararem os danos, mas sem tornar necessária a apuração de culpa: “As pessoas jurídicas de direito público interno são civilmente responsáveis por atos dos seus agentes que nessa qualidade causem danos a terceiros, ressalvado direito regressivo contra os causadores do dano, se houver, por parte destes, culpa ou dolo”.

Nesse mesmo contexto, é possível observar também o art. 37, inciso VI, da Constituição Federal: “As pessoas jurídicas de direito público e as de direito privado prestadoras de serviços públicos responderão pelos danos que seus agentes, nessa qualidade, causarem a terceiros, assegurado o direito de regresso contra o responsável nos casos de dolo ou culpa”.

#### **4 ANÁLISE DE DECISÃO JUDICIAL DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO SOBRE A RESPONSABILIDADE CIVIL DO USO INDEVIDO DE IMAGENS PESSOAIS EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS**

Foi escolhida para análise uma decisão do ano de 2020, do Tribunal de Justiça de São Paulo, que tratou sobre o uso indevido da imagem disponível na internet para fins comerciais. Tal caso foi escolhido para esta abordagem por apresentar, de forma concreta, os fatores discutidos ao longo do trabalho, como o direito à imagem frente a anúncios publicitários e responsabilidade civil.

O processo teve como problemática o uso indevido de imagem realizado pela recorrida Scarlet Manali contra a recorrente Frezza Cosméticos Indústria e Comércio LTDA. De acordo com os autos, Scarlet Manali teria realizado uso de imagem disponível em algumas plataformas digitais, para fins publicitários. Segundo a recorrida, teria admitido o uso da imagem da profissional de modelo e dos vídeos instrutivos do uso de maquiagem da recorrente, por estes estarem presentes na internet e prospectadas pelo Google e pelo motivo da Frezza Cosméticos ser uma figura pública.

A decisão do relator Ronnie Herbert foi no sentido de rejeitar o pedido recursal do processo realizado pela recorrida Scarlet Manali, além de tratar acerca da responsabilidade objetiva da causadora do dano - em que há obrigação de indenização, independente de culpa ou dolo. Seus fundamentos se basearam no fato de que, embora as imagens estivessem disponíveis em plataformas públicas, ainda existiam os direitos personalíssimos, da pessoa das imagens, quanto a sua forma de utilização, pois, consoante o art. 20 do Código Civil, a imagem somente poderá ser usada perante a autorização do indivíduo, e apenas o titular terá o direito de publicá-la ou comercializá-la.

Afirmou, ainda, que o estado de pessoa pública, por exercer a profissão de modelo ou propagar vídeos que ensinam o uso da maquiagem, não significa a concessão dos direitos da personalidade no que tange os fins econômicos ou de publicidade.

Por outro lado, como forma de ilustração da temática, o STJ reafirma, também, que “independe de prova do prejuízo a indenização pela publicação não autorizada de imagem de pessoa com fins econômicos ou comerciais” (Súmula 403) e, como consequência ao dano, o relator atribuiu um valor de indenização.

Afere-se, dessa forma, que os respaldos empregados nessa decisão estão em consonância com os ideais presentes no desenvolvimento desta pesquisa, ao reconhecer o direito à imagem e atribuir a responsabilização civil, por meio de indenizações, frente a ilegitimidade da utilização indevida da imagem alheia, com o fito publicitário.

#### **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Verificou-se, ao decorrer do presente trabalho, a importância da proteção do direito à imagem, bem como da responsabilização civil daqueles que violarem tal direito

fundamental. A partir do entendimento de dano, como lesão ao direito, a exemplo do dano extrapatrimonial ou moral, foi possível, também, observar os tipos de reparação, a exemplo da reparação do dano patrimonial (engloba a reparação de perdas e danos), como também extrapatrimonial ou moral (valor de indenização descrito pelo juiz).

O conteúdo foi abordado, inicialmente, por meio da conceitualização do direito à imagem e sua origem constitucional. Constatou-se que o direito à imagem atua como uma proteção jurídica, a qual visa resguardar e garantir a preservação da particularidade do indivíduo e sua moral. Esse direito encontra-se previsto no artigo 5º, incisos V e X da Constituição Federal.

Nesse contexto, o uso da imagem de determinado sujeito, sem seu consentimento, viola os princípios da dignidade humana, vida privada, além da capacidade de comprometer a honra do sujeito e constitui-se como ato ilícito, nos termos do art. 186 do Código Civil.

Em seguida, introduziu-se a temática da responsabilidade civil, expondo seu conceito e a distinção entre a responsabilidade subjetiva e objetiva, tendo como principal fator para diferenciação dos conceitos o "dolo" ou "culpa". A responsabilidade civil, nesse sentido, se dá na aplicação de meios que obriguem o indivíduo reparar o dano causado, seja o dano patrimonial, seja o dano extrapatrimonial ou moral.

Posteriormente, foi realizada uma análise da aplicação da responsabilidade civil ao uso indevido da imagem e constatou-se que a violação do direito à imagem pode causar tanto danos patrimoniais como extrapatrimoniais. Sob essa perspectiva, a responsabilidade civil surge como um meio de reparação aos danos causados, seja para restaurar um dano patrimonial, o qual viola o patrimônio material do sujeito, como também um dano extrapatrimonial, abrangendo aspectos subjetivos como a honra e a integridade do indivíduo.

Outrossim, é importante ressaltar que tal responsabilidade se subdivide de duas maneiras: responsabilidade civil subjetiva e objetiva. O principal critério para distinção consiste na culpa *lato sensu* (que envolve dolo e culpa *stricto sensu*), enquanto a responsabilidade subjetiva utiliza a culpa *lato sensu* como fator imprescindível a ser considerado, na responsabilidade objetiva o indivíduo teria a responsabilidade de restaurar os danos causados, independentemente da apuração da culpa.

Ainda, cabe pontuar que, em casos de violação do direito à imagem em anúncios publicitários, a responsabilização recai sobre o causador do dano (seja material ou patrimonial, seja extrapatrimonial ou moral) a outrem no que tange a imagem. Nesse viés, em relação aos tipos de responsabilidades imputadas, embora o Código Civil utilize a responsabilidade subjetiva como regra, na maioria dos casos, a exemplo do caso concreto exposto anteriormente, a responsabilidade objetiva torna-se a mais frequente, em processos que envolvem o Código de Defesa do Consumidor.

Por fim, é válido mencionar a análise da decisão judicial do Tribunal de Justiça de São Paulo quanto à responsabilidade civil perante o uso indevido de imagens pessoais em anúncios publicitários. Tal observação demonstrou a conformidade de ideias entre a decisão do relator com os fundamentos abordados ao longo deste texto, no que concerne ao tipo de

responsabilidade atribuída, como a responsabilização objetiva, a causadora do dano, bem como reconheceu todos os parâmetros que envolvem o direito à imagem perante o uso indevido de imagem alheia com fins de anúncios publicitários.

#### REFERÊNCIAS

ACQUAVIVA, Marcus Cláudio. **Dicionário Acadêmico de Direito**. 10° ed. rev. e ampl. de acordo com a nova ortografia. 2015.

AFFORNALLI, Maria Cecília Naréssi Munhoz. **Direito à própria imagem**. 1. ed. (ano 2003), 6a reimp. Curitiba: Juruá, 2012.

BARBOSA, Álvaro Antônio do Cabo Notaroberto. **Direito à própria imagem: aspectos fundamentais**. São Paulo: Saraiva, 1989.

BATISTA, Mirian Gomes Canavarro. **O direito à imagem nas redes sociais**. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017.

BRASIL. **Constituição federal de 1988**. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/ConstituicaoCompilado.htm). Acesso em 23 out. 2023.

BRASIL. **Decreto- Lei nº 4.657, 10 de Janeiro de 2002**. Institui a Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Decreto-Lei/Del4657compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del4657compilado.htm). Acesso em 23 out. 2023.

BRASIL. **Lei 8.069, 13 de Julho de 1990**. Institui o Estatuto da Criança e do Adolescente. Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/crianca-e-adolescente/publicacoes/eca-2023.pdf>. Acesso em 23 out. 2023.

BRASIL. **Lei nº 8.078, 11 de Setembro de 1990**. Institui o Código de Proteção e Defesa do Consumidor. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078compilado.htm). Acesso em 23 out. 2023.

BRASIL. **Lei nº 10.406, 10 de Janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406compilada.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm). Acesso em 23 out. 2023.

BRASIL. **Lei nº 13.718, 24 de Setembro de 2018**. Institui o Código Penal. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2018/Lei/L13718.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13718.htm). Acesso em 24 out. 2023.

CARDOSO, Phillipe Monteiro. **Você sabe o que é responsabilidade objetiva e subjetiva?**. 2017. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/58947/voce-sabe-o-que-e-responsabilidade-objetiva-e-subjetiva>. Acesso em: 04 jul. 2017.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito civil 2 – obrigações – responsabilidade civil**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. p. 593-594.

FELIZARDO, Luiz V. Fagundes. **Responsabilidade civil e direito à imagem: A exploração da imagem nas redes sociais no contexto pandêmico**. 2017. 53f. Monografia (Graduação em Direito) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2017.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil brasileiro: responsabilidade civil**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2011. v. 4.

GUSMÃO, Suyanne de Sousa. **Direito de imagem: configuração de dano e reparação por meio da responsabilidade civil**. 2017. 53f. Monografia (Graduação em Direito) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2017.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível n.1012988-60.2015.8.26.0309. Provimento do recurso. Frezza Cosméticos Indústria e Comércio LTDA versus Scarlet Manali. Relator: Ronnie Herbert Barros Soares. São Paulo, 01 de dezembro de 2020.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **Informativo STF**. Disponível em: <https://www.stf.jus.br/arquivo/informativo/documento/informativo789.htm>. Acesso em: 24 out. 2023.

MARTINS AFONSO, Gustavo; MONTESCHIO, Horácio; REIS, Clayton. Os desafios da defesa dos direitos da personalidade diante das violações do direito de imagem e sua responsabilidade civil na atualidade. **Percurso - Anais do VIII CONBRADEC**, Curitiba, n.28. 2019, p. 457-462.

MANDELLI, Mariana. **O caso Alice e os memes com imagens de crianças**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2022/01/o-caso-alice-e-os-memes-com-imagens-de-criancas.shtml>. Acesso em: 11 out. 2023.

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

MUSTAFÁ, Fátima Kamel. **Responsabilidade civil**. Palhoça, Santa Catarina: Unisulvirtual, 2014.

OLIVEIRA, Talita Cinara de. **A responsabilidade civil pelo uso indevido da imagem de pessoa morta pelos meios de comunicação no Direito Brasileiro**. 2015. 58f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Federal de Campina Grande, Sousa, 2015.

PANDINI, Suelen Tainá Franz. **Responsabilidade civil: subjetiva e objetiva**. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/responsabilidade-civil-subjetiva-e-objetiva/831606888>. Acesso em: 25 out. 2023.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Instituições de Direito Civil**. 17. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2013. p. 507.

PEREIRA, Marcus Vinicius Mariot. **Responsabilidade Civil: Resumo Doutrinário e principais apontamentos: resumo doutrinário sobre as responsabilidades civil, com sua origem e aplicação em nosso ordenamento jurídico**. 2016. Acesso em: 02 out. 2023.

SOUZA, Manoela Franceschini R. de; TABARELLI, Liane. **Responsabilidade civil pelo uso indevido da imagem de influenciador digital**: alguns apontamentos à luz da apelação cível nº 70083241612 - RS. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

WAMBIER, Luiz Rodrigues. **Liquidação do Dano**. Aspectos substanciais e Processuais. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris, 1988.