

O DIREITO DE IMAGEM E OS LIMITES DA PUBLICIDADE NO UNIFORME DOS EMPREGADOS

SANT'ANNA, Julia Maria Ramos Nery de ^a; CARVALHIDO, Aline Carneiro Magalhães

^a Discente do curso de Bacharelado em Direito - UNIFAGOC

^b Doutora, Mestre e Graduada em Direito pela PUC Minas; MBA em Educação Híbrida; Metodologias Ativas e Gestão de Aprendizagem pela UniAmérica - Professora no UNIFAGOC



juliaramoslenzzi12@gmail.com
aline.magalhaes@unifagoc.edu.br

RESUMO

O presente trabalho analisa os limites da publicidade estampada nos uniformes dos empregados considerando o seu direito de imagem e as regras impostas pela reforma trabalhista que, através do art. 456 A da CLT, legalizou a oportunidade do empregador de definir a vestimenta do colaborador no ambiente de trabalho, sendo autorizada a inclusão de logomarcas da própria empresa ou de empresas parceiras. Nesse intento, apresenta-se uma questão: quais os limites para publicidade nos uniformes dos trabalhadores considerando o seu direito de imagem, a partir da reforma trabalhista? Sendo assim, o objetivo geral dessa pesquisa é compreender se o direito do empregador de definir o uso de logomarcas e símbolos nos uniformes dos empregados possui limites e se causa violação no direito de imagem do trabalhador. Para o desenvolvimento do estudo utilizou-se pesquisa doutrinária, análise normativa e estudos de casos concretos do TRT3, julgados entre 2018 e 2023. A conclusão é que esse novel poder empregatício deverá se submeter aos limites do direito da personalidade e respeitar a dignidade humana, princípio basilar da Constituição Federal.

Palavras-chave: Direito de Imagem. Uniforme. Publicidade. Empregado. Reforma Trabalhista.

INTRODUÇÃO

O direito de imagem é um direito fundamental garantido pela Constituição Federal de 1988 (CF/88) e protege a imagem das pessoas contra o uso indevido e não autorizado por terceiros. O artigo 5º da CF/88 assegura o direito à intimidade, à vida privada, à honra e à imagem das pessoas.

A questão ganha relevo no âmbito laboral na medida em que a publicidade no uniforme dos empregados é uma forma de divulgação da marca ou do produto do empregador, que pode gerar benefícios econômicos para a empresa.

No entanto, essa prática também pode afetar o direito de imagem dos empregados, que têm sua identidade visual vinculada à publicidade.

Com o advento da reforma trabalhista promovida pela Lei 13.467/17, foi incluído o Art. 456-A na CLT, que estabelece que cabe ao empregador definir o padrão de vestimenta no meio ambiente laboral e que é lícita a inclusão no uniforme de logomarcas da própria empresa ou de empresas parceiras e de outros itens de identificação relacionados à atividade desempenhada.

A novel regra suscita o debate acerca do direito de imagem do empregado, e acerca da inclusão de logomarcas no uniforme e seus limites, surgindo o seguinte questionamento: quais os limites para publicidade nos uniformes dos trabalhadores considerando o seu direito de imagem, a partir da reforma trabalhista?

O objetivo geral do presente artigo é analisar os limites da publicidade estampada nos uniformes dos empregados considerando o seu direito de imagem e as regras impostas pela reforma trabalhista.

A pesquisa justifica-se, porque, como dito, o direito de imagem, garantido no art. 5º, X, da CF/88 assegura a imagem e a honra de todas as pessoas, o qual deve ser aplicado também nas relações empregatícias. Paralelamente, a reforma trabalhista permitiu a inclusão de logomarcas no uniforme do obreiro, dando ensejo à discussão se o uso de logomarcas e símbolos nos uniformes dos empregados violaria o direito de imagem do trabalhador e se tal prática poderia ser considerada um abuso do exercício do poder diretivo patronal.

Nesse contexto, é importante analisar em que consiste a expressão “empresas parceiras” e se o obreiro pode se negar a carregar uma logomarca que não o representa, ou lhe causa algum tipo de constrangimento, ou ofende suas convicções ou princípios pessoais.

Para tanto, no primeiro tópico vamos analisar o direito de imagem. O segundo tópico versará sobre a relação entre o poder diretivo patronal, a subordinação e a inclusão de logomarcas no uniforme, bem como a compreensão da expressão “empresas parceiras”. No terceiro tópico, serão analisados os limites da publicidade estampada nos uniformes dos empregados, o seu direito de imagem e o disposto na CLT reformada. E, por fim, vamos analisar as decisões do TRT3 sobre o tema para que sejam utilizadas como norte aos empregados e aos empregadores sobre os limites e consequências da prática após a reforma trabalhista.

O DIREITO DE IMAGEM: perspectiva geral e jus laboral

Os direitos da personalidade fazem parte dos direitos fundamentais, que são protegidos pela Constituição Federal de 1988 (CF/88), nos artigos 5º ao 17º, e são essenciais para resguardar a dignidade da pessoa humana.

Segue abaixo o que vêm a ser os direitos da personalidade para Tartuze:

Os direitos da personalidade têm por objeto os modos de ser, físicos ou morais do indivíduo. O que se busca proteger com tais direitos são os atributos específicos da personalidade, sendo está a qualidade do ente considerado pessoa. Em síntese, pode-se afirmar que os direitos da personalidade são aqueles inerentes à pessoa e à sua dignidade (art. 1.º, III, da CF/1988) (2018, p. 102).

Já para Bittar (2015), os direitos da personalidade são direitos que nascem com o indivíduo, e cabe ao Estado reconhecê-los e protegê-los do poder público e das relações privadas através de normas e regulamentações jurídicas.

Nessa ordem de ideias, podemos conceituar como direitos da personalidade “aqueles que têm por objeto os atributos físicos, psíquicos e morais da pessoa em si e em suas projeções sociais” (Gagliano; Pamplona, 2019, p. 236).

Um dos direitos da personalidade que possui especial proteção do Estado é o direito de imagem. Está assinalado no art. 5º, X da CF/88, garantindo proteção a cada indivíduo, pessoa física ou jurídica, e, se violado, gera o dever de reparação. Previsto nos arts. 11 a 21 do Código Civil (CC/02), o direito de imagem é considerado um direito natural, que, além do atributo físico, abrange outras características e tem como objetivo principal proteger a identidade visual e a honra das pessoas.

Segundo Gagliano e Pamplona (2019, p. 276), o direito de imagem “constitui a expressão exterior sensível da individualidade humana, digna de proteção jurídica”. Para eles, a imagem se divide em duas categorias: imagem-retrato e imagem-atributo. A primeira está ligada ao aspecto físico, já a segunda se refere à personalidade que a pessoa transparece perante a sociedade; ambas devem ser protegidas juridicamente.

Tal direito é muito relevante e, por se tratar de um direito da personalidade, tem como base a dignidade da pessoa humana e independe de lei, embora esta lhe trace limites.

Para Bittar (2015), cada pessoa tem o direito de impedir que utilizem sua própria imagem sem sua prévia e expressa anuência – tanto sua imagem como a de seus componentes individualizados. Ainda, para o autor, constitui ato ilícito “não só o uso não consentido, como também o uso que extrapole os limites contratuais (em finalidade diversa, ou não expressamente ajustada)” (Bittar, 2015, p. 2211).

Entretanto, o artigo 20 do Código Civil traz consigo hipóteses em que a divulgação da imagem é permitida:

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).

Portanto, é autorizada a divulgação da imagem nos casos em que for necessário à administração pública ou à manutenção da ordem pública.

Desse modo, tendo em mente as informações trazidas no dispositivo acima e levando em consideração suas exceções, notamos que, de acordo com o Código Civil, deve haver autorização do titular do direito para que se possa usar sua imagem.

O referido artigo também traz a possibilidade de indenização caso o indivíduo tenha danos na moral, honra, boa fama ou respeitabilidade.

Na seara juslaboral, podemos observar o uso da imagem dos funcionários pela empresa para promover comercialmente o empreendimento, fazer propagandas ou até mesmo promover um processo seletivo.

Sobre tal assunto Mauricio Godinho Delgado (2019) aduz que, após a Lei n. 9.615/98, art. 87, é possível ceder o uso do direito à imagem como parte de um contrato, tendo essa cessão um conteúdo econômico, mesmo que a imagem da pessoa humana seja em si inalienável. Isso está em concordância com a normas trabalhistas.

Sendo assim, de acordo com autor, é possível o uso da imagem do trabalhador em uma relação de emprego, para fins econômicos, desde que acordado entre as partes e cumpridas as orientações legais.

Porém, o uso da imagem do obreiro não deve causar nenhum dano moral nem infringir sua imagem. Para Delgado (2019, p. 778), a imagem do trabalhador é desrespeitada quando há “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” ou “por meio de utilização não autorizada ou não retribuída da imagem do indivíduo”. Caso essas hipóteses se concretizem, o trabalhador deverá ser indenizado.

O PODER DIRETIVO PATRONAL, A SUBORDINAÇÃO E SUA RELAÇÃO COM A INCLUSÃO DE LOGOMARCA NOS UNIFORMES SEGUNDO A REFORMA TRABALHISTA

A CLT, artigos 2º e 3º da CLT, dispõe sobre a definição do que vêm a ser a figura do empregado e a do empregador, firmando os elementos fático-jurídicos caracterizadores da relação empregatícia, quais sejam, pessoa física que trabalha com pessoalidade, onerosidade, não-eventualidade e subordinação. O empregado labora para o empregador, que é considerado o titular da atividade econômica e responsável pelos seus riscos.

Ao equacionarmos dois elementos trazidos por esses artigos legais – especificamente, subordinação obreira e risco patronal da atividade econômica – temos o poder diretivo patronal, também denominado poder empregatício, que pode ser definido como um conjunto de obrigações que são ditadas pelo empregador para o perfeito andamento da atividade empresarial.

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 exercício de tal poder. (Delgado, 2019, p. 732).

De acordo com Delgado (2019), o poder empregatício, é classificado como diretivo, regulamentar, fiscalizatório e disciplinar.

Ele aduz que o poder diretivo pode ser chamado também de poder organizativo ou de comando e é considerado como o conjunto atribuições do empregador, que tem como propósito a organização da estrutura e dos espaços empresariais. É a partir desse poder que o empregador organiza a estrutura da empresa determinando o padrão da prestação de serviço e definindo a gestão e a direção do negócio.

O poder regulamentar estaria ligado à fixação de regras gerais a serem respeitadas na empresa, impostas pelo empregador, que se enquadram como normas contratuais.

Já o poder fiscalizatório ou poder de controle é a demonstração do poder diretivo, que tem como objetivo acompanhar constantemente a maneira como o serviço está sendo prestado, é demonstrado através da fiscalização dentro da empresa.

Por último, temos o poder disciplinar, que é o poder do patrão de impor sanções quando o empregado infringir alguma das normas ou obrigações contratuais.

Desse modo, percebemos que o poder patronal é um direito atribuído ao empregador que lhe permite controlar, organizar, fiscalizar e punir os seus colaboradores no exercício da prestação pessoal de serviços e que são subordinados a ele. Sendo assim, cabe ao empregador ditar as diretrizes a serem seguidas para que se alcance o melhor resultado para empresa, especialmente porque o risco da atividade econômica é dele, independente do sucesso ou fracasso da empresa, os direitos trabalhistas devem ser devidamente cumpridos em prol do obreiro. Nessa ordem de ideias, é interessante que o empregador dite as regras em prol do êxito empresarial.

Se, de um lado, o empregador tem o poder de dirigir a prestação pessoal de serviços, de outro, o empregado deve seguir as ordens relacionadas ao exercício do trabalho, pois a subordinação ocupa uma função nuclear no Direito do Trabalho, caracterizada pela relação hierárquica entre o empregador e o empregado, em que o primeiro pode ditar instruções relacionadas à prestação do serviço e ordens ao segundo. Cabe salientar, inclusive, que o não cumprimento das ordens gerais ou específicas pode dar ensejo à dispensa com justa causa por indisciplina ou insubordinação, nos termos do art. 482 da CLT.

No que tange à definição de subordinação, assevera Carlos Henrique Bezerra Leite:

A subordinação decorre da situação de “dependência” (CLT, art. 3º) do empregado em relação ao empregador. Todavia, parece-nos que o empregado não é ‘dependente’ do empregador, e sim, a sua atividade laboral (física, mental ou intelectual) é que fica num estado de sujeição ao poder (diretivo, regulamentar e disciplinar) do empregador. (Leite, 2019, p. 249).

Entre as imposições de um contrato de trabalho, Rezzenti (2018, p. 70) afirma que a subordinação jurídica é o requisito mais importante da relação de emprego, pois “[...] representa o poder empregatício do empregador, ou seja, é aquela que reflete o seu poder de direção”. Uma vez sujeito a tal poder, o empregado tem o dever de subordinação.

Em relação ao assunto, a reforma trabalhista de 2017, promovida pela Lei 13.467, trouxe mais uma situação em que o obreiro será subordinado juridicamente ao empregador. De acordo com o novel artigo 456-A da CLT: “Cabe ao empregador definir o padrão de vestimenta no meio ambiente laboral, sendo lícita a inclusão no uniforme de logomarcas da própria empresa ou de empresas parceiras e de outros itens de identificação relacionados à atividade desempenhada” (Brasil, 2017).

Dessa forma, passa a fazer parte do poder diretivo do empregador o direito de definir o padrão de vestimenta no ambiente de trabalho, podendo haver no uniforme a inclusão de logomarcas da empresa ou de empresas parceiras, sendo também permitido solicitar a utilização de itens para identificação, relacionados à atividade exercida pelo o funcionário no uniforme.

A nova norma suscita discussão sobre os limites da inclusão de logomarcas no uniforme, conforme analisaremos.

A compreensão da expressão “empresas parceiras”

A expressão “empresas parceiras” pode ter diferentes interpretações, para o Direito. No contexto do Direito do Trabalho, pode se referir a empresas que têm algum tipo de relacionamento comercial ou de colaboração.

Para o presente trabalho, consideramos como empresas parceiras aquelas que têm algum tipo de relacionamento comercial ou de colaboração. Isso pode incluir empresas que trabalham juntas em projetos específicos, empresas que fornecem produtos ou serviços umas às outras ou empresas que compartilham recursos ou informações.

Serão consideradas também nessa classificação aquelas que formam um grupo econômico, ou seja, que possuem uma relação de coordenação, controle ou subordinação entre si, visando a realização de atividades econômicas comuns, nos termos do art. 2º, § 2º, da CLT, com redação dada pela Lei 13.467/2017.

Essas empresas podem ser de diferentes ramos ou segmentos, mas devem ter um interesse integrado, uma efetiva comunhão de interesses, objetivos parecidos e uma atuação conjunta no mercado.

A expressão tem um conceito bem amplo e não é possível localizar em doutrinas nem na legislação uma definição específica. Nota-se que a reforma trabalhista não especificou quem poderia se enquadrar como empresa parceira, o que pode ser um problema diante do caso concreto, deixando margem ampla à interpretação, à subjetividade e ao casuísmo.

Percebemos que o termo tem uma definição vaga, e o artigo 456-A da Lei n. 13.467/2017 da CLT não especificou os requisitos para que seja classificado como “empresa parceira” e não traz consigo quem poderá estampar logomarcas ou símbolos nas vestimentas do empregado, além do empregador. Tal situação, como dito, traz dificuldade ao jurista, ocasionando uma insegurança jurídica aos colaboradores e empregadores.

A despeito dessa carência conceitual, é de extrema importância sabermos os limites da publicidade estampada nos uniformes dos empregados, assunto que será debatido no próximo capítulo.

OS LIMITES DA PUBLICIDADE ESTAMPADA NOS UNIFORMES DOS EMPREGADOS, O SEU DIREITO DE IMAGEM E A REFORMA TRABALHISTA

Para defender o indivíduo contra ataques/lesões se fez fundamental um conjunto de direitos da personalidade, determinados pela Constituição Federal, legislação infraconstitucional e tratados internacionais, os quais são aplicados na relação entre empregador e empregado.

Neste contexto, mesmo após a inclusão do artigo 456-A na CLT, segundo o qual cabe ao empregador definir as vestimentas utilizadas pelo obreiro, o colaborador não poderá ser submetido à situações constrangedoras, vexatórias ou discriminatórias por meio de uniformes.

De acordo com Homero Batista há uma relação entre a dignidade humana e o uso de uniformes definidos pelo empregador:

O uniforme, porém, deve ser utilizado como forma de padronização e de boa apresentação dos empregados perante clientes e fornecedores, jamais para exposição ao ridículo ou para o constrangimento. Assim,

não se inserem no conceito de uniforme a determinação para que os empregados usem fantasias de super-heróis, como certa vez uma companhia aérea impôs aos empregados dentro de uma vasta campanha publicitária, nem para que os empregados trabalhem em trajes sumários ou sem as vestes acima da cintura, como de vez em quando se anuncia em algumas redes de lanchonetes estrangeiras que tentam adotar esse modelo no Brasil. A exposição ao constrangimento é vedada em diversos dispositivos da CF e do CC, não estando ao alcance da CLT dispor sobre a dignidade do ser humano. (Silva, 2017, p.79)

A inclusão da logomarca ou de símbolo nas vestimentas não pode afrontar a religião, a liberdade de expressão do empregado ou apresentar conteúdos que desonrem a sua imagem, podendo configurar dano moral pela ofensa causada através do conteúdo da mensagem contida no uniforme. Há limites e responsabilidades que o empregador deve ter como, por exemplo, o respeito aos direitos de personalidade e os princípios constitucionais dos trabalhadores.

O autor Carlos Henrique Bezerra Leite discorre sobre os limites e as normas de vestimentas imposta no ambiente laboral:

No que concerne ao padrão de vestimenta e à inclusão no uniforme de logomarcas no meio ambiente do trabalho, é preciso verificar, no caso concreto, se ocorre lesão ao direito de imagem do trabalhador, sendo certo que determinadas vestimentas e uniformes podem levar ao constrangimento e à humilhação do trabalhador, causando-lhe lesão aos direitos da personalidade, como a honra, a dignidade, o nome, a boa fama etc. Assim, deve o empregador ter o cuidado de não cometer abuso do direito ao definir o padrão de vestimentas e a inclusão de logomarcas nos uniformes. (Leite, 2019, p. 782).

Completando a compreensão sobre o assunto é interessante analisarmos também o posicionamento adotado pela 2ª Jornada de Direito Material e Processual do Trabalho¹, de 2017, em seu enunciado 21:

PADRÕES DE VESTIMENTA E DE LOGOMARCAS IMPOSTAS PELO EMPREGADOR: LIMITE. ART. 456-A DA CLT. PADRÕES IMPOSITIVOS DE VESTIMENTAS E LOGOMARCAS. LIMITES A DIREITOS FUNDAMENTAIS. A prerrogativa do empregador de definir padrão de vestimenta, bem como outras formas de identificação e propaganda, encontra limites nos direitos fundamentais dos trabalhadores. Assim, a definição de uniformes, logomarcas e outros itens de identificação deve preservar direitos individuais, tais como os relacionados a privacidade, honra e pudor pessoal, e não se exclui a aplicação do artigo 20 do Código Civil. (ANAMATRA, 2018, p. 20).

¹ A 2ª Jornada de Direito Material e Processual do Trabalho foi um evento promovido pela ANAMATRA, em parceria com outras entidades, que reuniu mais de 600 juízes, procuradores e auditores fiscais do Trabalho, além de advogados e outros operadores do Direito que, divididos em oito comissões temáticas, debateram mais de 300 propostas sobre a nova norma. Disponível em: <https://www.anamatra.org.br/imprensa/noticias/26227-enunciados-aprovados-na-2-jornada-de-direito-material-e-processual-do-trabalho-sao-organizados-por-tema>. Acesso em: 31 ago. 2023.

Sendo assim, notamos que pelo fato de não haver na reforma trabalhista definição clara e objetiva dos limites para a publicidade nos uniformes dos empregados, tornando o art. 456-A da CLT bem genérico, o seu conteúdo deverá ser analisado e interpretado considerando os direitos fundamentais e a Constituição Federal, podendo ser utilizado também o art. 20 do Código Civil como norte, não cabendo interpretação isolada.

Sobre esse tema o autor Antonio Umberto de Souza e outros, na obra em que analisam a reforma trabalhista, discorrem:

[...] como qualquer norma legal, o novo artigo deve ser interpretado em harmonia com o texto constitucional, sobretudo quanto aos direitos fundamentais de imagem e de respeito à integridade física e psíquica das pessoas e ao princípio da proporcionalidade logo, não pode o empregador exigir o uso de qualquer espécie de roupa, pois são inconfundíveis as noções de subordinação (alienação técnica da liberdade do trabalhador em prol do empreendimento ao qual preste seus serviços) e sujeição (supressão ou restrição da liberdade pelo empregador que extrapole as necessidades do estabelecimento ou viole direitos fundamentais dos empregados). Assim, não pode o empregador exigir o uso de roupas que gerem desconforto moral (blusas ou vestidos decotados, por exemplo), físico (vestimenta apertada ou termicamente inadequada, por exemplo) ou espiritual (por violação à liberdade de consciência ou de crença vestimentas que confrontem convicções ateístas ou religiosas do obreiro, por exemplo) ou mesmo que exponham o trabalhador ao ridículo (fantasias vexatórias, por exemplo), pois todo ser humano é assegurado o tratamento humano e decente, sem afronta aos direitos fundamentais à intimidade, à privacidade, à honra, à imagem e à liberdade de consciência e de crença (CF. art. 5º, III, VI, VIII e X). (Souza Júnior *et al.*, 2018, p. 226-227).

Nesta ordem de ideias, conseguimos reforçar que o poder patronal prescrito legalmente ao empregador no artigo 456-A da CLT não é ilimitado no que diz respeito a exigência de vestimentas no meio laboral e não devem sujeitar o trabalhador ao ridículo, nem gerar situações constrangedoras, vexatórias ou humilhantes.

Levando em consideração os entendimentos dos autores acima citados, notamos a importância de se preservar o direito de imagem dos trabalhadores para que o empregador não se exceda ao impor seu poder diretivo patronal, sob pena de abuso de direito, respeitando os limites que não estão estabelecidos explicitamente na reforma da CLT, porém estão presentes nos direitos da personalidade do empregado.

ANÁLISE DAS DECISÕES DO TRT3

Através de uma pesquisa jurisprudencial junto ao TRT3 pudemos observar como a questão tem sido tratada por este Egrégio Tribunal.

O objetivo da consulta foi analisar quais condutas foram consideradas como abusivas, ou seja, excederam o poder diretivo patronal em relação às vestimentas utilizadas pelo obreiro e acessórios de identificação, tanto em relação à símbolos da própria empresa quanto de empresas parceiras.

A importância de analisar as decisões do TRT3 consiste na melhor compreensão de como o Tribunal tem enfrentado a questão, servindo os resultados obtidos como norte para empregados e empregadores sobre os limites e as consequências da prática após a reforma trabalhista.

Através dessa pesquisa ambos poderão compreender o que pode ser considerado abuso do exercício do poder diretivo patronal quando se trata de designação e pré definição de uniformes utilizados pelo empregado, levando em consideração que a CLT não traz a definição de tais limites.

Nesse sentido, cita-se uma das jurisprudências analisadas:

PROCESSO nº 0010720-96.2017.5.03.0171 (RO)

RECORRENTE: LUCINEIA FERREIRA DE FREITAS

RECORRIDA: RN COMÉRCIO VAREJISTA S.A.

RELATOR: JOSÉ MARLON DE FREITAS

EMENTA: DIREITO DE IMAGEM. VIOLAÇÃO. USO DE UNIFORMES COM PUBLICIDADE DE TERCEIROS. AUSÊNCIA DE COMPENSAÇÃO ECONÔMICA E AUTORIZAÇÃO PRÉVIA. Comprovado que a divulgação e publicidade de produtos de terceiros através do uniforme fornecido pela empregadora sem prévia autorização obreira e correspondente compensação econômica, configura-se violação ao seu direito de imagem. Inteligência da Súmula 35 deste Regional (BRASIL. TRT-3).

Nesse caso a imagem do trabalhador era explorada na divulgação e publicidade de produtos de terceiros através do uniforme fornecido pela empregadora sem prévia autorização da obreira e sem compensação econômica.

A pesquisa em geral usou como parâmetro decisões proferidas entre janeiro de 2018 a junho de 2023 que trouxeram como tema “a publicidade nos uniformes” na ementa. Considerando ser ainda tema novo, foram encontrados somente 3 julgados, os quais tiveram o pedido de danos morais deferido, considerando que houve uso indevido da imagem do empregado.

Nesses julgados foi usado como um dos fundamentos a Súmula 35 do TRT3, *in verbis*:

USO DE UNIFORME. LOGOTIPOS DE PRODUTOS DE OUTRAS EMPRESAS COMERCIALIZADOS PELA EMPREGADORA. AUSÊNCIA DE PRÉVIO ASSENTIMENTO E DE COMPENSAÇÃO ECONÔMICA. EXISTÊNCIA DE VIOLAÇÃO AO DIREITO DE IMAGEM. A imposição patronal de uso de uniforme com logotipos de produtos de outras empresas comercializados pela empregadora, sem que haja concordância do empregado e compensação econômica, viola o direito de imagem do trabalhador, sendo devida a indenização por dano moral. (Brasil, 2014).

Os desembargadores através do texto citado garantem o direito do trabalhador de ser indenizado quando sua imagem for explorada por meio de imposição patronal para divulgação e/ou publicidade de terceiros sem prévio consentimento e sem gratificação salarial. Tal ato pode ser configurado como violação de direito de imagem, podendo o empregador ser condenado a pagamento de indenização por danos morais.

Mesmo após a reforma trabalhista, as ações analisadas foram decididas a favor do obreiro.

A condenação por dano moral pelas condutas praticadas pelos empregadores variaram entre R\$ 1.500,00 e R\$ 2.000,00, tendo como norteador a capacidade econômica do ofensor, a extensão dos danos sofridos, os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade e com o objetivo de punir e ao mesmo tempo instruir o condenado.

Exibidos os resultados da pesquisa, destacamos a importância de se estabelecer limitações do poder patronal no que diz respeito a vestimentas impostas aos trabalhadores, o que deve ser feito à luz dos direitos da personalidade, sob pena caracterização de abuso de direito e consequente dever de indenizar se comprovadas ação, nexo de causalidade, culpa e dano.

Por meio da análise de decisões do TRT3 conseguimos observar como é importante a compreensão do empregador sobre o tema para que evite problemas futuros pela caracterização de atitudes que excedem o seu direito a dar ordens sobre a prestação de serviço, poder empregatício, e dessa forma possa garantir os direitos fundamentais e personalíssimos dos trabalhadores.

Nesta ordem de ideias, entende-se que o assunto deve ser discutido, de forma que a empresa seja orientada, compreenda e aplique os princípios que norteiam as relações trabalhistas e pratique ações voltadas para a preservação e promoção da dignidade humana no ambiente laboral.

CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo analisar o direito de imagem e quais os limites da publicidade nos uniformes dos empregados, considerando também a inclusão de logomarcas de “empresas parceiras” à luz da reforma trabalhista a qual não definiu os limites para publicidade nos uniformes dos empregado.

Por meio de pesquisa doutrinária, análise normativa e de casos concretos do TRT3, julgados entre 2018 e 2023, podemos concluir que o uso de uniformes com publicidade da empresa ou de empresas parceiras, quando produzir danos à moral, honra ou infringir a imagem do empregado, constituirá lesão a um dos direitos fundamentais da personalidade, o direito de imagem, e quando houver cunho comercial (e não infringir nenhum direito de imagem) deverá possuir a autorização expressa do titular do direito, conforme Constituição Federal e Código Civil.

A Lei 13.467/17 atribuiu ao empregador o poder de definir as vestimentas e itens de identificação do colaborador, entretanto, não identificou quais os limites para a publicidade nos uniformes. Sendo assim, mesmo com essa autorização a empresa deve respeitar e garantir a dignidade humana do trabalhador.

A novel regra não fixou até aonde a imagem do empregado poder ser explorada, entretanto, ao usufruir o novo direito garantido pela legislação o empregador não poderá ofender o direito de imagem do obreiro, que é protegido constitucionalmente.

Outro problema é a falta de identificação do que vem a ser a expressão “empresas parceiras”. Não foi especificado no art.456-A da CLT qual o tipo de relação deve haver entre as empresas para que seja considerada a parceria, dessa forma, há uma carência conceitual grande, com uma vasta amplitude para interpretações, onde

poderão ser consideradas parceiras empresas que mantêm uma relação de coordenação, controle ou subordinação entre si.

A partir da positivação do poder empregatício do empregador de definir e impor ao trabalhador o uso de uniformes e equipamentos para identificação é possível ocorrer abusos ou utilização inadequada desse direito, podendo causar danos a esfera moral do empregado. Nestes casos o direito de imagem do obreiro deve prevalecer em detrimento do poder empregatício patronal, que deverá estar em consonância, dentre outros, com um dos princípios basilares da nossa constituição, a dignidade da pessoa humana.

REFERÊNCIAS

- ANAMATRA. **Enunciados aprovados na 2ª jornada de Direito Material e Processual do Trabalho**. Brasília, DF: Associação Nacional dos Magistrados da Justiça do Trabalho, 2018. Disponível em: http://www.anamatra.org.br/attachments/article/27175/livreto_RT_Jornada_19_Conamat_site.pdf. Acesso em: 25 mar. 2023.
- BITTAR, Carlos Alberto. **Os direitos da personalidade**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.
- BRASIL. **Código Civil**. Brasília: Congresso Nacional, 2002.
- BRASIL. **Consolidação das leis do Trabalho**. Brasília: Congresso Nacional, 2017.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Congresso Nacional, 1988.
- BRASIL. Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região. Súmula n. 35. **Diário Eletrônico da Justiça do Trabalho**, Brasília, DF, n. 1607, 20 nov. 2014, Caderno Judiciário, p. 40. **Diário Eletrônico da Justiça do Trabalho**, Brasília, DF, n. 1608, 21 nov. 2014, Caderno Judiciário, p. 62-63. **Diário Eletrônico da Justiça do Trabalho**, Brasília, DF, n. 1609, 24 nov. 2014, Caderno Judiciário, p. 254-255. Disponível em: <https://as1.trt3.jus.br/bd-trt3/handle/11103/12276>. Acesso em: 10 ago. 2023
- BRASIL. TRT-3 - AGRAVO E PETIÇÃO: MG 0010984-98.2018.5.03.0003. **Jusbrasil**, Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/consulta-processual/trt3/>. Acesso em: ago. 2023.
- BRASIL. TRT-3 - RECURSO ORDINARIO TRABALHISTA: MG 0010720-96.2017.5.03.0171. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/consulta-processual/trt3/>. Acesso em: ago. 2023.
- BRASIL. TRT-3 - RECURSO ORDINARIO TRABALHISTA: RO 001148640 2017 5 030 078 MG. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/consulta-processual/trt3/>. Acesso em: ago. 2023.
- DELGADO, Mauricio 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.
- GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA, Rodolfo Filho. **Novo curso de direito civil**: parte geral. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 2019, v. 1.
- GOLDSCHMIDT, Rodrigo; SIQUEIRA, Rodrigo Espíúca dos Anjos. **Direitos da personalidade do empregado como limites ao poder empregatício de definir e impor o uso de uniformes, itens de identificação e logomarcas empresariais**. Disponível em: <https://doi.org/10.25192/issn.1982-0496.rdfd.v26i21870>. Acesso em: 22 mar. 2023

LEITE, Carlos Henrique Bezerra. **Curso de direito do trabalho**. 11. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

REZZETTI, Rogério. **Direito do trabalho**. 4. ed. São Paulo: Forense, 2018.

SILVA, Homero Batista Mateus da. **Comentários à reforma trabalhista**. São Paulo: RT, 2017

SOUZA JÚNIOR, Antonio Umberto de; SOUZA, Fabiano Coelho de; MARANHÃO, Ney; AZEVEDO NETO, Platon Teixeira de. **Reforma trabalhista**: análise comparativa e crítica da Lei 13.467/2017 e Med. Prov. n. 808/2017. 2. ed. São Paulo: Rideel, 2018.

TARTUCE, Flávio. **Manual de direito civil**: volume único. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2018.

TRT da 3ª. Região MG. **Justiça do Trabalho**. Disponível em: <https://portal.trt3.jus.br/internet>. Acesso em: 10 ago. 2023

APÊNDICE I - JULGADOS DO TRT 3

	PROCESSO	DATA DO JULGADO	CARACTERIZAÇÃO	INDENIZAÇÃO
1	0010984-98.2018.5.03.0003	07/08/2019	Imposição de uso de uniforme com logotipos de produtos de outras empresas comercializados pela empregadora, sem que haja concordância do empregado e compensação econômica.	R\$ 1.500,00
2	0011486-40.2017.5.03.0078	08/08/2018	Imagem indevidamente utilizada pela empregadora para a divulgação de logomarcas de produtos sem disponibilização ao obreiro de compensação econômica pela exploração comercial de sua imagem.	R\$ 2.000,00
3	0010720-96.2017.5.03.0171	25/04/2018	A imagem do trabalhador era explorada na divulgação e publicidade de produtos de terceiros através do uniforme fornecido pela empregadora sem prévia autorização da obreira e sem compensação econômica.	R\$ 2.000,00

Fonte: elaborado pelas autoras, 2023.