GRAVAÇÃO DE CONTEÚDO PARA REDE SOCIAL: uma análise juslaboral

FERREIRA, Isis Freitas[a] ; CARVALHIDO, Aline Carneiro Magalhães[b]

[a] Bacharel em Direito pelo 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

isi.freitas1609@gmail.com
aline.magalhaes @unifagoc.edu.br

RESUMO
Este trabalho busca analisar as consequências juslaborais decorrentes da participação de empregados na criação de conteúdo para redes sociais corporativas, prática cada vez mais utilizada como estratégia de marketing digital. Para tanto, foram exploradas questões relativas ao poder diretivo do empregador, aos limites da subordinação obreira e ao direito de resistência (jus resistentiae). A pesquisa, de caráter qualitativo e exploratório, fundamentou-se em doutrina, legislação trabalhista e civil, decisões judiciais e artigos acadêmicos. Constatou-se que, embora o uso de redes sociais seja legítimo no contexto empresarial, a imposição de gravações aos empregados pode configurar violação de direitos da personalidade, desvio de função e ensejar reparação por danos morais, caso não haja consentimento livre, informado e específico. O estudo evidencia que estratégias de marketing envolvendo empregados devem observar limites jurídicos, garantindo respeito à dignidade humana e prevenindo litígios trabalhistas.
Palavras-chave: Rede social. Gravação de conteúdo. Consequências juslaborais.

INTRODUÇÃO

A contemporaneidade tem nos colocado frente a mudanças que projetam seus efeitos em diversas searas, inclusive laboral. Dentre elas, cita-se a forma como as empresas se apresentam ao público, especificamente, através do uso das redes sociais.

As empresas querem se destacar, vender seu produto ou serviço para o maior número de pessoas, aumentar os seus seguidores e as visualizações de suas postagens, e se popularizarem nas redes sociais; para tanto, valem-se de vídeos cômicos, geralmente gravados por seus colaboradores em plataformas digitais como Instagram e TikTok.

Essa prática tem se tornado cada vez mais comum e pode ser vista como um momento de descontração no ambiente de trabalho, no entanto também pode ser interpretada da perspectiva juslaboral, não como algo inerente às funções do empregado e que pode acarretar dano.

Nesse aspecto, ganham relevo discussões sobre a obrigação dos empregados de participar dessas ações e vídeos para postagem em redes sociais e, principalmente, as suas consequências.

A novel prática traz consigo indagações sobre se determinar a realização dessa atividade faz parte do poder diretivo patronal e se está entre as atribuições do

empregado, se ele pode ou não se negar à participar dos vídeos para rede social; neste caso, se seria insubordinação e, uma vez participando, se há violação do seu direito de imagem, desvio ou acúmulo de função ou dano moral.

Nessa ordem de ideias, apresentam-se as seguintes questões: o obreiro é obrigado a gravar conteúdo da empresa para rede social? Negando-se ou gravando, quais as consequências juslaborais?

O objetivo geral da pesquisa consiste em analisar a obrigatoriedade ou não da participação ou elaboração de conteúdo para as redes sociais da empresa. Como objetivos específicos, busca-se verificar as consequências para o empregador que impõe, de forma expressa ou tácita, ao colaborador gravar conteúdos, bem como as consequências juslaborais para o funcionário, seja porque se sinta ridicularizado ou porque entenda que esteja fazendo algo alheio ou além das suas funções, verificando ainda se há causa para dano moral.

O presente artigo se dividido em quatro capítulos, além desta introdução e as considerações finais. Inicialmente, o próximo capítulo vai abordar o uso das redes sociais na promoção e divulgação de empresas. Em seguida, o terceiro capítulo vai explorar o poder diretivo patronal e seus limites na relação de emprego. Posteriormente, o quarto capítulo vai tratar da subordinação obreira e o direito de resistência por parte do trabalhador. Por fim, será analisada a obrigatoriedade ou não do obreiro gravar conteúdo da empresa para divulgação em redes sociais e, uma vez gravando ou não, quais as consequências.

A metodologia utilizada neste artigo é de natureza qualitativa, com caráter exploratório, com fundamentos em pesquisas bibliográficas e jurisprudencia. O artigo tem como base legislações trabalhistas, obras doutrinárias, livros, decisões judiciais e artigos acadêmicos.

AS REDES SOCIAIS E A PROMOÇÃO DE EMPRESAS

Nos últimos anos, as redes sociais passaram a ocupar um papel de relevo nas relações comerciais, tornando-se ferramentas centrais na construção da imagem institucional e na aproximação com o público.

O ambiente digital transformou a lógica de divulgação de produtos e serviços, fazendo com que empresas adotem estratégias mais dinâmicas, personalizadas e alinhadas ao comportamento dos consumidores conectados.

Nesse contexto, as redes sociais deixaram de restringir-se apenas às interações sociais, tornando-se um espaço onde a empresa, o produto e a identidade da marca são constantemente divulgados e reafirmados, muitas vezes com a colaboração direta do próprios empregados.

De acordo com projeções para o ano de 2025, estima-se que o número de usuários de mídias sociais no mundo ultrapassará 5,42 bilhões de pessoas (Adyen, 2025). No Brasil, segundo a pesquisa "Relatório de Varejo 2025", realizada pela Adyen (2025), empresa especializada em tecnologia de pagamentos para grandes corporações, revelou que 55% dos brasileiros utilizaram redes sociais para efetuar compras ao longo do ano de 2024.

Dentre esse grupo significativo de usuários, constata-se uma mudança de comportamento entre gerações. Conforme dados apresentados, a chamada geração Z possui claramente inclinação pelas lojas virtuais, enquanto as gerações anteriores

ainda possuem preferência pelo comércio físico. A mesma pesquisa também evidenciou que compras em redes sociais são dominadas por pessoas com menos de 40 anos (Adyen, 2025).

Esse crescimento exponencial incentivou o uso dessas ferramentas digitais como instrumento de estratégia de marketing, impulsionando o interesse das empresas em atingir um novo público por meio de campanhas publicitárias, uso de influenciadores digitais e dos próprios funcionários para a criação de conteúdos de marketing digital.

Com isso, as organizações buscam ampliar sua visibilidade, aumentar suas vendas atrair seguidores e gerar engajamento com o público consumidor nas plataformas digitais.

Para tanto, é comum a veiculação de vídeos cômicos e conteúdos leves, usualmente protagonizados por seus colaboradores, especialmente em redes como Instagram e TikTok.

A inserção do trabalhador em conteúdo midiático com fins publicitários institucionais, entretanto, levanta discussões sobre os limites do poder diretivo do empregador, da proteção à imagem do trabalhador, da eventual configuração de desvio de função e da possibilidade de ocorrência de dano moral.

O PODER DIRETIVO PATRONAL E SEUS LIMITES

Na relação de emprego, tanto o empregador quanto o empregado possuem direitos e deveres, representando a natureza bilateral do contrato de trabalho.

Conforme dispõe o artigo 2º da Consolidação das Leis do Trabalho (Brasil, 1943), o empregador é caracterizado como aquele que assume os riscos da atividade econômica, assalaria e dirige a prestação pessoal dos serviços. Essa previsão legal traz a base do chamado poder diretivo, que confere ao empregador o poder organizar, orientar e fiscalizar o desempenho das atividades laborais, bem como punir o obreiro que descumpre suas obrigações.

Segundo Maurício Godinho Delgado, "poder empregatício é o conjunto de prerrogativas asseguradas pela ordem jurídica e tendencialmente concentradas na figura do empregador, para exercício no contexto da relação de emprego" (Delgado, 2019, p. 790). O autor afirma ainda que ele pode ser dividido em poder diretivo, poder regulamentar, poder fiscalizatório e poder disciplinar.

O poder diretivo também pode ser chamado de poder de comando, o qual nada mais é que o exercício do poder de direção do empregador, que vai dirigir o trabalho de sua empresa, ditando quando e qual é o modo correto que ele quer que a atividade laboral funcione, até porque os riscos do empreendimento recaem sobre ele, conforme estabelece o artigo 2°, caput da CLT (Brasil, 1943).

O poder regulamentar é como uma mera extensão do poder diretivo, exercido pelo empregador que regulamenta e fixa as regras gerais das atividades de sua empresa, a serem observadas ao decorrer da relação empregatícia pelo trabalhador, de modo que não pode criar situações que sejam discriminatórias, que não sejam de interesses coletivos, ou que violem princípios ou normas legais, como Rypl (2014) afirma:

> Entende-se como toda a manifestação do empregador no sentido de estabelecer benefícios, orientações ou regras exclusivamente no âmbito de seu empreendimento. Através da manifestação de poder

> regulamentar o empregador pode tanto instituir normas relativas à prestação da atividade laboral, à remuneração dos empregados ou a disposições disciplinares e respectivas punições.

Já o poder fiscalizatório serve para que o empregador controle e fiscalize a forma como o empregado está realizando os serviços, podendo verificar seu comportamento, observadas todas as normas e diretrizes aplicáveis a sua função. Maurício Godinho Delgado afirma que são exemplos desse poder medidas como o controle de portaria, revistas, circuito interno de televisão, o controle de horário e frequência, prestação de contas (em certas funções e profissões) e outras providências correlatas é que seriam manifestação do poder de controle. (Delgado, 2019, p. 794).

No entanto, o poder diretivo encontra barreiras legais, devendo ser exercido em conformidade com os direitos fundamentais do trabalhador, com os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, da razoabilidade, proporcionalidade e da boa-fé.

A Constituição Federal de 1988 (BrasilL, 1988), em seu artigo 5º, inciso X, assegura que são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, sendo garantida indenização no caso de violação desses direitos.

De acordo com Freire e Pavelski (2021):

> Legalmente previstos, os poderes do empregador são lícitos e passíveis de serem executados, contudo, a prática imoderada deste direito atríbuido pode causar prejuízos de ordem existencial ou moral a seus empregados, sendo responsabilidade do próprio empregador a reparação de eventuais danos. O poder de comando do empregador deve ser limitado, a fim de buscar um equilíbrio entre uma boa qualidade de vida laboral e melhor produtividade do empregado em teletrabalho. Este ponto de equilíbrio deve ser traçado tendo por base os princípios da proporcionalidade e da racionalidade, evitando por conseguinte, prejuízo às partes.

Rodrigo Garcia Schwarz (2011, p. 105) alega que o poder diretivo do empregador não pode ser exercido de forma ilimitada e, portanto, não é absoluto, visto que a finalidade do direito do trabalho é assegurar a dignidade do trabalhador.

Nessa ordem de ideias, podemos perceber que o poder diretivo encontra limites no princípio da dignidade da pessoa humana, nos direitos da personalidade do obreiro, a exemplo da imagem, nos princípios juslaborais calçados na proteção, bem como nos próprios limites contratuais, especificamente, as funções para os quais o empregado foi contratado.

A SUBORDINAÇÃO OBREIRA E O JUS RESISTENTIAE

A subordinação é considerada um dos pressupostos da relação de emprego e representa a contraface do poder diretivo, o vínculo de dependência jurídica do empregado em relação ao empregador, que dirige a atividade econômica e assume seus riscos, conforme art. 2º da Consolidação das Leis do Trabalho (Brasil, 1943), sendo ela que diferencia o contrato de trabalho de outras formas de prestação de serviços. Nesse sentido, Delgado (2019, p. 302) define que a subordinação pode ser

compreendida etimologicamente como estado de dependência ou obediência em relação a uma hierarquia:

> Deriva de sub (baixo) e ordinare (ordenar), traduzindo a noção etimológica de estado de dependência ou obediência em relação a uma hierarquia de posição ou de valores. Nessa mesma linha etimológica, transparece na subordinação uma idéia básica de "submetimento, sujeição ao poder de outros, às ordens de terceiros, uma posição de dependência".

No âmbito jurídico, a subordinação configura-se como um dos critérios essenciais para a caracterização do vínculo empregatício, conforme dispõe o art. 3º da CLT (Brasil, 1943), segundo o qual empregado é toda pessoa física que presta serviços de forma contínua, mediante salário e sob a direção do empregador, distinguindo, assim, os trabalhadores subordinados dos profissionais autônomos, segundo Delgado (2019, p. 84-85).

O empregado se obriga a acolher a direção do empregador quanto à forma de execução das suas tarefas; nesse sentido, é importante destacar que a subordinação jurídica não implica submissão irrestrita do empregado às ordens do empregador.

Em contrapartida, surge o *jus resistentiae*, expressão em latim que significa direito de resistência, o qual determina que o empregado pode se opor à realização de ordens alheias à sua função ou que lhe causem constrangimento. O direito de resistência, conforme Maranhão (1993, p. 90), trata-se do "direito que tem o empregado de se opor às determinações ilegais do empregador, às que fujam à natureza do serviço ajustado, que o humilhem ou diminuam moralmente ou que o coloquem em grave risco." Para o trabalhador, o *Jus Resistentiae* é considerado a materialização dos princípios para proteger o trabalhador conforme Santos (2019).

Nesse sentido, Maurício Godinho Delgado entende:

> O "jus resistentiae" torna-se, na prática, mitigado, uma vez que o risco de rompimento do contrato pelo empregador inibe eventual posição defensiva do empregado em face de determinações abusivas recebidas. O princípio desponta como um segundo fator – ao lado da diretriz da inalterabilidade contratual lesiva – a privilegiar a perspectiva protetiva dos interesses obreiros na dinâmica das alterações contratuais objetivas no direito do Trabalho. (Delgado, 2019 p. 1006).

Essa reflexão evidencia a limitação prática do *jus resistentiae*, que, embora reconhecido pela doutrina como importante ferramenta de equilíbrio entre o poder empregatício e a proteção ao trabalhador, ainda encontra barreiras para sua efetivação nas relações de trabalho, como enfatiza Schio (2012, p. 83):

> Na relação de trabalho, o empregado encontra-se numa situação de constante subordinação ao empregador, trabalhando de forma habitual e pessoal, sob ordens e direções deste, Como consequência, o empregado, devido a sua situação de dependência pessoal, arrisca sua vida, integridade física e moral, dignidade e honra, bem como acaba cedendo a captação da imagem, em situações que podem acarretar lesão em seu patrimônio moral.

Num primeiro momento, pode parecer que o exercício do *jus resistentiae* negaria o poder diretivo do empregador. No entanto, a resistência, quando legitimamente exercida, não configura insubordinação, mas evidencia que o poder diretivo encontra limites e não pode se sobrepor à dignidade e aos direitos do trabalhador.

GRAVAÇÃO DE CONTEÚDO DA EMPRESA PARA REDE SOCIAL: análise juslaboral

O uso da imagem de empregados em redes sociais corporativas tornou-se uma estratégia frequente no marketing digital. Contudo, o que se percebe é que na maioria dos casos a tarefa não diz respeito às funções do empregado, nascendo a indagação sobre a sua obrigatoriedade ou não.

A realidade nos demonstra que a determinação de gravação do conteúdo é estabelecida de forma obrigatória ou disfarçada de voluntária, e esse tipo de exposição pode ultrapassar os limites do poder diretivo do empregador, violar os direitos da personalidade do empregado e extrapolar as suas funções:

Como afirma Oliveira (2025):

> O direito à imagem, garantido constitucionalmente, não pode ser violado mesmo diante da subordinação trabalhista. Práticas como obrigar empregados a realizar 'dancinhas' para redes sociais, sem consentimento ou compensação, configuram abuso do poder diretivo e ensejam responsabilização. Conclui-se a necessidade de consentimento específico e respeito à dignidade do trabalhador nas estratégias de divulgação.

A Constituição Federal assegura, no artigo 5º, inciso X (Brasil, 1988), a inviolabilidade da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem das pessoas, prevendo o direito à indenização por sua violação.

Em complemento, o artigo 20 do Código Civil (Brasil, 2002), fonte subsidiária do direito do trabalho (art. 8º da CLT), dispõe que o uso da imagem sem autorização pode ser proibido judicialmente, principalmente quando destinado a fins comerciais. A Súmula 403 do STJ (Brasil, 2014) dispõe que a divulgação da imagem de uma pessoa sem autorização, para fins econômicos ou comerciais, gera direito à indenização, independentemente da prova de prejuízo.

Aqui, cabe salientar que até a autorização pode ser passível de questionamento, uma vez que, não raro, o empregado não tem liberdade real de escolha, há uma obrigação tácida, velada, uma pressão silenciosa porque os colegas assinaram um documento autorizando o uso da imagem e aceitando a participação na gravação desses conteúdos. O contexto de subordinação pode induzir o trabalhador a um falso consentimento conforme ressalta Cani (2024, p. 2):

> Mesmo antes do advento das mídias sociais impulsionadas por vídeos, como o TikTok, por exemplo, o direito à imagem do trabalhador era frequentemente mitigado. Por vezes, os trabalhadores eram expostos a situações vexatórias perante outros colegas e até mesmo clientes, mesmo sem o excesso de exposição trazido pelo advento das mídias sociais.

A Consolidação das Leis do Trabalho, embora não trate expressamente do tema, em seu artigo 483 alíneas "b" e "e", protege a dignidade do trabalhador e permite a rescisão indireta do contrato nos casos em que o trabalhador sofre tratamento desproporcional ou é exposto a práticas que violam sua integridade e dignidade (Brasil, 1943). "Mesmo que haja expressa autorização do trabalhador para uso de sua imagem em redes sociais, devem ser observados os limites da honra do trabalhador" (Cani, 2024, p.3), além da compensação financeira adequada para a função.

Sobre o tema, decisão do TRT da 15ª região:

> A reprodução e exposição da imagem de pessoas se inserem no contexto dos direitos da personalidade que só pode ser usufruídos pelo seu titular. Se apropriado por outrem configura lesão a direito da personalidade que enseja a reparação, mediante indenização por danos morais. (TRT 15ª região, autos Nº. 0009600- 19.2009.5.15.0121, Relator Desembargador José Antonio Pancotti. 10- 12-2010).

Nessa ordem de ideias, entende-se que a recusa do colaborador em participar de gravações não pode resultar em sanções, sob pena de configurar assédio moral e violação ao *jus resistentiae*. Como ressaltam Oliveira *et al.* (2025), "o direito à imagem, garantido constitucionalmente, não pode ser violado mesmo diante da subordinação trabalhista". O consentimento do empregado não se presume, e a recusa em participar de gravações configura exercício legítimo do *jus resistentiae*, não podendo gerar qualquer sanção.

A Justiça do Trabalho de Santa Catarina condenou uma empresa a indenizar uma vendedora que foi pressionada a gravar anúncios para as redes sociais da empresa durante o expediente, mesmo sem previsão em seu contrato de trabalho. A trabalhadora relatou que a cobrança constante para participar das gravações causou constrangimento e impacto em suas atividades habituais, levando-a a buscar a reparação judicial. O Tribunal reconheceu que a imposição de tarefas fora das funções contratualmente previstas configura violação dos direitos da personalidade (Borges, 2022).

Outra decisão noticiada pelo portal Migalhas demonstrou que uma loja foi condenada por obrigar uma funcionária a realizar danças para o TikTok, prática considerada constrangedora e alheia às funções laborais, resultando em indenização por dano moral (Migalhas, 2023). Essas decisões demonstram que a questão é nova e pode ser analisada sob diversos enfoques, gerando diversas consequências.

É importante que empresas adotem políticas claras sobre o uso da imagem de empregados e assegurem consentimento expresso e real, protegendo tanto o trabalhador, quanto a organização de litígios futuros.

Schio (2012, p. 86) afirma que "a reprodução e exposição da imagem de pessoas se inserem no contexto dos direitos da personalidade que só pode ser usufruídos pelo seu titular".

De acordo com a CLT, a ofensa aos direitos de personalidade do empregado pode ensejar reparação com base no art. 223 (Brasil, 1943).

Além dos danos morais, o uso não consentido da imagem também pode violar a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD – Lei 13.709/2018), que exige consentimento livre, informado e inequívoco (Brasil, 2018, art. 7º).

Portanto, a participação do empregado em conteúdos digitais só é juridicamente válida quando possuí autorização expressa, real, específica e revogável, preferencialmente acompanhada de contraprestação.

A advogada trabalhista Fabiana Fittipaldi (Agência O Globo, 2023) afirma: "Por mais que o contrato de trabalho contemple a autorização do uso da imagem do empregado em materiais de divulgação, inclusive vídeos do TikTok, o empregado não é obrigado a participar se não estiver se sentindo confortável". Diante disso, observa-se que, mesmo havendo cláusula contratual autorizando o uso de imagem, o funcionário pode se recusar a gravar conteúdos sem que isso lhe cause prejuízos.

Ademais, exigir que o empregado grave vídeos para redes sociais pode configurar desvio ou acúmulo de função, ensejando pagamento de diferenças salariais. De acordo com o artigo 456, parágrafo único da CLT, "as alterações na prestação de serviços que importem em modificação do contrato devem ser previamente ajustadas", e o artigo 468 prevê que "as alterações contratuais só são válidas se houver mútuo consentimento e não resultarem em prejuízo direto ao empregado" (Brasil, 1943, arts. 456, §1º e 468).

Segundo Paulo Renato Fernandes (*apud* Moura, 2025), professor de direito da Fundação Getúlio Vargas (FGV) do Rio de Janeiro:

> Quando ocorre o desvio de função, o empregado tem direito a receber um valor a mais por essa questão. Tem ainda o problema do direito de imagem desse trabalhador, que é assegurado e precisa ser autorizado. Então é possível também solicitar legalmente o pagamento de indenização pelo uso da imagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise desenvolvida buscou evidenciar que a inclusão de empregados em estratégias de marketing digital corporativo exige cautela e fundamentação jurídica consolidada. Embora o uso das redes sociais seja legítimo e compatível com a dinâmica contemporânea do mercado, sua implementação não pode ocorrer sem o consentimento real do empregado, com o uso indenido da sua imagem, com ofensa às suas funções.

O poder diretivo do empregador encontra limites na Constituição, na legislação trabalhista e civil, e nos princípios da razoabilidade e proporcionalidade. A subordinação não se confunde com submissão irrestrita. A imposição de gravações sem previsão contratual e sem consentimento real, expressa violação contratual e de direitos personalíssimos, como imagem, honra e intimidade.

A prática pode gerar consequências jurídicas relevantes, como desvio ou acúmulo de função, indenização por danos morais e, em casos graves, rescisão indireta do contrato.

Portanto, estratégias de marketing envolvendo empregados devem estar vinculadas a autorização formal, específica e livre de coação expressa ou tácita, podendo incluir compensação financeira. Sem as devidas precauções, a prática torna-se geradora de litígios e responsabilidades para a empresa.

Nessa ordem de ideias, diante da crescente modernização tecnológica das relações empregatícias, o desafio das empresas é conciliar inovação e proteção dos direitos fundamentais dos trabalhadores, garantindo que valorização da marca

caminhe lado a lado com respeito ao trabalho humano. O equilíbrio entre comunicação corporativa e proteção jurídica ao obreiro representa é imprescindível.

REFERÊNCIAS

ADYEN. **Onde compramos e como pagamos - Relatório de Varejo** - Adyen Index - Adyen. 2025. Disponível em: https://www.adyen.com/pt_BR/index-reports/varejo/capitulo-1#Canais. Acesso em: 27 maio 2025.

AGÊNCIA O GLOBO. Funcionários são obrigados a fazer dancinhas no TikTok da empresa? **Folha de Pernambuco**, Recife, 20 dez. 2023. Disponível em: https://www.folhape.com.br/economia/funcio narios-sao-obrigados-a-fazer-dancinhas-no-tiktok-da-empresa/307545/. Acesso em: 10 set. 2025.

BORGES, Fábio. Vendedora pressionada a gravar anúncios em redes sociais deve ser indenizada. **Tribunal Regional do Trabalho da 12ª Região**. Disponível em: https://portal.trt12.jus.br/noticias/ vendedora-pressionada-gravar-anuncios-em-redes-sociais-deve-ser-indenizada. Acesso em: 2 jun. 2025.

BRASIL. Consolidação das Leis do Trabalho: aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943. **Diário Oficial da União**, seção 1, Rio de Janeiro, RJ, 9 ago. 1943.Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm. Acesso em: 02 jun. 2025.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Diário Oficial da União**, seção 1, Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em:https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ constituicao.htm . Acesso em: 02 jun. 2025.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 15 ago. 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm Acesso em: 8 set. 2025

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Súmula 403**. Brasília, DF, 2014. Disponível em: https://www.stj.jus.br/docs_internet/revista/eletronica/stj-revista-sumulas-2014_38_capSumula 403.pdf. Acesso em: 5 set. 2025.

CANI, Elcemara A. Zielinski. Direito de imagem do trabalhador na era do TikTok: exposição e violação de direitos. **Anais do Congresso de Direito e Humanidades**, 2024. Disponível em: https://periodicos.unesc.net/ojs/index.php/AnaisDirH/article/view/9407. Acesso em: 3 mar. 2025

DELGADO, Maurício Godinho. **Curso de direito do trabalho:** obra revista e atualizada conforme a lei da reforma trabalhista e inovações normativas e jurisprudenciais posteriores. 18. ed. São Paulo: LTr, 2019. Acesso em: 16 jun. 2025.

FREIRE, Juliana Mendes; PAVELSKI, Ana Paula. **Os limites do poder diretivo do empregador sobre o empregado em regime de teletrabalho**. Disponível em: https://repositorio.animaeducacao.com.br/ items/f3e83e1d-6642-45f7-b546-ea79f9d3b625. Acesso em: 28 ago. 2025.

MARANHÃO, Délio**. Instituições de direito do trabalho**, v. I, 20. ed., atual por Arnaldo Sussekind e João de Lima Teixeira. São Paulo: LTr, 2002. Acesso em: 9 set. 2025.

MIGALHAS. **Loja indenizará empregada por forçá-la a fazer dancinhas para o TikTok**. 2023. Disponível em: https://www.migalhas.com.br/quentes/384911/loja-indenizara-empregadapor-forca-la-a-fazer-dancinhas-para-o-tiktok. Acesso em: 10 set 2025

MOURA, Raiane. Empreendedores fazem de tudo por likes, mas trends exigem cautela. **G1**, 16 set. 2025. Disponível em: https://g1.globo.com/empreendedorismo/guia-do-empreendedor/noticia/ 2025/09/16/empreendedores-fazem-de-tudo-por-likes-mas-trends-exigem-cautela.ghtml. Acesso em: 10 set 2025.

OLIVEIRA, P. B. M. de; DEUS, E. O. de; NASCIMENTO, N. M. M. do; FARIAS, C. P. de. Exposição do empregado nas redes sociais da empresa: quando a subordinação ultrapassa os limites. **Revista Foco**, *[*S. l.*]*, v. 18, n. 5, p. e8549, 2025. DOI: 10.54751/revistafoco.v18n5-077. Disponível em: https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/8549. Acesso em: 2 out. 2025

RYPL, Bárbara Castilhos. **O poder regulamentar do empregador**. Porto Alegre: Faculdade de Direito, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2014. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/bitstream/ handle/10183/112053/000950938.pdf?sequence=1. Acesso em: 12 set. 2025.

SANTOS, Matheus da Silva. Os limites do "jus variandi" na gestão dos contratos de trabalho**. Faculdades Integradas Bauru**, 2019. Disponível em: https://fibbauru.br/uploads/561/tcc/direito/ matheus-da-silva-santos.pdf. Acesso em: 9 set. 2025.

SCHIO, Adriana Cavalcante de Souza. **Dano moral por violação do direito de imagem do empregado.** 2012. Monografia (Especialização em Direito do Trabalho) – Escola Nacional de Formação e Aperfeiçoamento de Magistrados do Trabalho (ENAMAT). Disponível em: https://juslaboris.tst.jus.br/ bitstream/ handle/20.500.12178/97280/2012_schio_adriana_dano_moral.pdf?sequence=1. Acesso em: 6 jun. 2025

SCHWARZ, Rodrigo Garcia**. Curso de iniciação ao direito do trabalho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. p.105.

SÚMULA n. 403. [s.l: s.n.]. Disponível em: https://www.stj.jus.br/docs_internet/revista/eletronica/ stj-revista-sumulas 2014_38_capSumula403.pdf. Acesso em: 28 fev. 2025.

VIANNA, Ana Cláudia Torres. Dano moral: uso de imagem para fins comerciais: reparação devida**. Caderno de Doutrina e Jurisprudência da Escola Judicial**, Campinas, v. 16, n. 5, p. 249–315, set./out. 2020. Disponível em: https://trt15.jus.br/sites/portal/files/fields/colecoesdo tribunal_v/caderno-dedoutrina-e-jurisprudencia/2020/caderno-set-out-2020.pdf. Acesso em: 3 set 2025.