

IX SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA XXVII Semana de Iniciação Científica da URCA

04 a 08 de NOVEMBRO de 2024



Tema: "CIÊNCIA, TECNOLOGIA E AMBIENTE: MÚLTIPLOS SABERES E FAZERES"

ENTRE A VISIBILIDADE E A VULNERABILIDADE: A IMAGEM E VOZ DOS TRABALHADORES BRASILEIROS NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DIGITAL

Geovana Rodrigues Vicente¹, Victoria Kamilly Alves de Oliveira², Emily
Bandeira de Lima³, Fernando Menezes Lima⁴

Resumo: O uso da imagem e voz dos trabalhadores brasileiros pelas empresas em um contexto digital levanta questões fundamentais sobre ética, legalidade e privacidade. Com o crescimento do marketing digital e a ascensão das redes sociais, a figura do colaborador se tornou uma extensão da identidade corporativa, o que gerou debates significativos sobre os limites entre consentimento e exploração. Apesar de a Constituição Federal de 1988 e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) garantirem a proteção dos direitos da personalidade, a aplicação dessas normas ainda enfrenta desafios, resultando em uma implementação insatisfatória nas empresas. A pesquisa revela que os trabalhadores tradicionais estão em uma posição mais vulnerável, enquanto influenciadores digitais possuem maior controle sobre o uso de sua imagem e voz. A falta de informação e a escassez de campanhas de conscientização sobre direitos trabalhistas agravam essa situação. Conclui-se que as empresas precisam adotar políticas claras e transparentes para proteger os direitos dos empregados, levando em conta as especificidades de diferentes perfis e a responsabilidade social que devem assumir no ambiente digital em constante evolução.

Palavras-chave: Imagem e Voz. Direitos trabalhistas. Privacidade. Responsabilidade Corporativa. Marketing Digital.

1. Introdução

O uso da imagem e voz dos trabalhadores brasileiros pelas empresas brasileiras em um contexto digital, levantam questões fundamentais sobre a ética, legalidade e, principalmente, privacidade, onde, frequentemente são

1 Graduanda em Direito pela Universidade Regional do Cariri. Integrante do Projeto de Iniciação Científica MOVIMENTOS SOCIAIS, EDUCAÇÃO E DIREITOS HUMANOS EM IGUATU/CE: aprendizagens formais e não-formais pelos movimentos de luta para a transformação pela Universidade Regional do Cariri. Email: geovana.rodriguesvicente@urca.br

2 Graduanda pela Universidade Regional do Cariri, Integrante do Projeto de Extensão EDUCAÇÃO PARA A IGUALDADE DE GÊNERO: Conhecer, viver e aplicar a Lei Maria da Penha nas escolas de Iguatu-CE. Email: Victoria.kamilly@urca.br

3 Graduanda pela Universidade Regional do Cariri, Email: emilly.bandeira@urca.br

4 Doutor em Ciências Jurídicas e Sociais pela Universidad del Museo Social Argentino e professor do Curso de Direito da Universidade Regional do Cariri. Email: fernando.menezes@urca.br

IX SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA XXVII Semana de Iniciação Científica da URCA

04 a 08 de NOVEMBRO de 2024



Tema: "CIÊNCIA, TECNOLOGIA E AMBIENTE: MÚLTIPLOS SABERES E FAZERES"

usadas a voz e a imagem dos empregados, sem a devida compensação ou autorização explícita. O crescimento do marketing digital e o advento das redes sociais, levaram inúmeras empresas a reinventarem suas formas de fazerem propagandas de seus negócios.

A crescente presença digital das marcas e a figura do colaborador passaram a ser uma extensão vital para a identidade corporativa da empresa. Os ambientes não só tentam fazer com que as empresas cresçam, mas usam como forma de humanizar mais a sua marca, de forma que o consumidor final possa se identificar com o produto ou serviço prestado.

Segundo Ortiz e Anderson (2004), se relacionar é comunicar, não tem nada que garanta que uma ação de relacionamento possa dar certo apenas por se conhecer o perfil do consumidor e os seus hábitos de compras. Portanto, humanizar a marca vai além de apresentar os dados; seria preciso haver uma interação genuína, onde o comprador sintam-se parte do diálogo. Com o engajamento nas redes sociais criou-se uma linha de comunicação bidirecional, permitindo que a comunicação humanizada se estabeleça de forma mais efetiva dentro das empresas.

No entanto, esse fenômeno levantou alguns debates quanto aos direitos dos empregados e os limites existentes para a utilização da imagem e voz dos trabalhadores dentro de um ambiente corporativo. Essa situação revelou a existência de uma linha tênue entre o consentimento e a exploração.

Adicionalmente, no cenário jurídico brasileiro houve uma grande adaptação quanto as demandas oriundas da era digital. A Constituição Federal brasileira de 1988 e Código Civil brasileiro garantem a proteção dos direitos da personalidade, incluindo a imagem e voz dos indivíduos. Todavia, a aplicação desses direitos dentro de um contexto digital ainda enfrenta alguns desafios significativos. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) possui tremenda importância, especialmente no que diz respeito ao uso da imagem, conforme disposto no artigo 2º⁵.

Essa lei surgiu como uma tentativa de regulamentar o uso dos dados pessoais, estabelecendo diretrizes para o tratamento responsável e ético das informações pessoais dos indivíduos. Apesar da proteção conferida pela LGPD aos direitos relacionados aos dados pessoais, muitas empresas ainda não se adequaram completamente a essas exigências, o que resulta em um cenário propenso a abusos e violações.

Sabe-se que o Brasil possui dimensões continentais, logo, pode-se afirmar a grande diversidade de trabalhadores no país. A heterogeneidade dos perfis dos trabalhadores é enorme, e variam desde os trabalhadores formais com contratos tradicionais até os trabalhadores influencers digitais, que geralmente atuam como prestadores de serviço, ambos exigem uma diferenciação um pouco mais clara. Os dois grupos precisam de especificidade quanto ao seus

⁵ Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos: (...) IV – a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem; (...) (BRASIL, 2018)

IX SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA XXVII Semana de Iniciação Científica da URCA

04 a 08 de NOVEMBRO de 2024



Tema: "CIÊNCIA, TECNOLOGIA E AMBIENTE: MÚLTIPLOS SABERES E FAZERES"

trabalhados, e esse tipo de diferenciação impactará diretamente em seus direitos e deveres.

Se tratando dos grupos de trabalhadores formais tradicionais, eles possuem uma maior vulnerabilidade, pois suas imagens e voz, podem ser usadas sem seu consentimento ou compensação adequada a sua exposição. Em contrapartida os trabalhadores influencers possuem um maior controle quanto a utilização de sua imagem e voz.

Historicamente, a relação entre empregador e empregado passaram por intensas mudanças. Desde o fim da escravidão em 1888, até a construção e a estruturação dos direitos trabalhistas, culminado pela Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) em 1943. Esse importante marco legal visa a proteção dos trabalhadores, de forma que possam garantir os seus direitos fundamentais.

Contudo, devido as inúmeras mudanças no cenário global devido a era digital, é preciso reavaliar as normas para que possam acompanhar as inovações tecnológicas. Com os avanços da tecnologia e da globalização, o mercado de trabalho tem passado por desafios intensos, pois as práticas empresariais devem a todo momento de adaptar as mudanças da nova era digital.

Segundo Castells (2003), a internet seria como um tecido de nossas vidas, sendo a tecnologia da informação comparada a eletricidade na era industrial, na atualidade, a internet poderia ser comparada tanto a uma rede elétrica quanto a um motor elétrico. Isso significa que a internet tem uma grande capacidade de disseminação de informação, capaz de chegar até os lugares mais remotos.

Essas transformações tecnológicas, geraram um aumento da automação e digitalização das relações de trabalho, o que está ligada diretamente com a exploração da imagem e voz dos trabalhadores, que por vezes estão alheios aos seus direitos. Essa falta de informação e educação sobre as questões de sua privacidade e a proteção de dados pessoais tem agravado ainda mais a situação, fazendo-se necessária o desenvolvimento de campanhas de conscientização e treinamento de empresas, que promovam a proteção dos direitos dos trabalhadores.

Assim como ensinado por Tarcísio Teixeira e Ruth Maria Guerreiro Armelin (2019), o consentimento do titular dos dados é uma das formas mais comuns de tratamento legal de dados e deve ser obtido de maneira livre e consciente. Isso significa que o titular precisa estar plenamente informado sobre quais dados estão sendo coletados e para qual finalidade serão utilizados, garantindo assim a clareza e a inequívocidade do consentimento.

No cenário atual, onde a visibilidade nas redes sociais se traduz como fonte de renda econômica, publicidade e fonte de capital social, onde tem maiores alcances para público, é de extrema importância que as empresas adotem práticas transparentes e éticas em relação a exposição da imagem e voz de seus funcionários. O respeito aos direitos de voz e imagem não deve ser vista apenas como uma obrigação legal a ser cumprida sob pena, mas deve ser vista como responsabilidade social.

IX SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA XXVII Semana de Iniciação Científica da URCA

04 a 08 de NOVEMBRO de 2024



Tema: "CIÊNCIA, TECNOLOGIA E AMBIENTE: MÚLTIPLOS SABERES E FAZERES"

Diante do exposto, tornou-se claro o quão imprescindível uma análise profundada sobre o uso da imagem e voz dos trabalhadores no contexto digital, pois está relacionada a várias áreas como a tecnológica, os direitos trabalhistas e a responsabilidade das corporativas. Este estudo faz uma crítica quanto a importância da garantia dos direitos dos trabalhadores em um ambiente digital que está em evolução constate. Sendo a proteção da imagem e voz de seus funcionários uma das prioridades.

2. Objetivo

O objetivo desse estudo visa trazer uma análise dos direitos relacionados ao uso da imagem e voz dos trabalhadores brasileiros mediante a um contexto de uma sociedade digital, considerando as implicações legais e as particularidades de diferentes perfis dos empregados. Os objetivos específicos envolvem: a) Examinar a legislação brasileira vigente que regula o uso de imagem e voz dos empregados em um ambiente digital, destacando os direitos e os deveres das partes envolvidas; b) Diferenciar as implicações legais e práticas entre os trabalhadores tradicionais e aqueles que são atuantes como influenciadores digitais, ressaltando suas especificidades; c) Avaliar a eficácia das estratégias legais e empresariais adotadas para a proteção dos direitos a imagem e voz dos empregados.

3. Metodologia

O presente trabalho apropriou-se do método qualitativo e exploratório, fundamentado em pesquisas bibliográficas e análises documentais. Inicialmente, parte-se de teorias e legislações gerais sobre os direitos do uso de imagem e voz dos trabalhadores. A partir dessas premissas, serão formuladas hipóteses específicas. Os resultados das implicações serão apresentados por meio de análises documentais, permitindo uma compreensão aprofundada da aplicação dessas leis no contexto digital. Por fim, como referencial teórico utilizar-se-á da teoria sistêmica, analisando a problemática dentro do sistema.

4. Resultados

Os dados obtidos ao longo da pesquisa revelam a existência de uma realidade complexa e multifacetada sobre o uso da imagem e voz dos empregados no contexto digital. A análise produzida da leitura da legislação brasileira, especialmente a Constituição Federal de 1988, LGPD e a CLT, demonstraram que, embora existam uma legislação que visa a proteção dos direitos da personalidade, essa implementação dessas normas ainda pode ser considerada insatisfatória dentro das empresas. Observou-se que grande parcela da população brasileira não estão cientes de seus direitos relacionados a divulgação de sua imagem e voz. Isso evidencia uma grande lacuna entre a educação e as informações sobre o tema.

A diferenciação entre os trabalhadores tradicionais e os trabalhadores influenciadores digitais, mostram que enquanto os influencers têm mais autonomia quanto a utilização de sua imagem e voz, os trabalhadores

IX SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA

XXVII Semana de Iniciação Científica da URCA

04 a 08 de NOVEMBRO de 2024



Tema: "CIÊNCIA, TECNOLOGIA E AMBIENTE: MÚLTIPLOS SABERES E FAZERES"

tradicionais encontram-se em um estado mais vulnerável. Isso destacou o quão precário é o sistema interno das empresas, necessitando políticas mais rigorosas, que garantam mais transparência e respeito para com seus empregados.

5. Conclusão

A pesquisa confirmou que o uso da imagem e voz dos trabalhadores no contexto digital apresenta desafios que vão além da esfera legal. É de extrema importância que as empresas compreendam a importância da proteção dos dados pessoais de seus funcionários, considerando a obrigação legal e a responsabilidade social. Contudo, as empresas que não compreendem a importância dessa proteção estão sujeitas a promover práticas abusivas, que desrespeitam a dignidade dos trabalhadores e violam leis fundamentais, como a LGPD.

A implementação de políticas claras e acessíveis, aliadas a campanhas de conscientização e treinamento, é algo essencial para a consolidação dos direitos trabalhistas mais eficazes. Ademais, a diferenciação dos trabalhadores tradicionais e trabalhadores digitais influencers é essencial, pois os dois grupos possuem necessidade e vulnerabilidade distintas. As políticas empresariais devem refletir quanto a essas diferenciações e garantir aos trabalhadores seus direitos fundamentais.

Diante todo o exposto, a pesquisa conclui que a evolução tecnológica e a transformação digital devem ser acompanhadas de uma evolução correspondente nas práticas empresariais e na aplicação das leis. Somente por meio de uma abordagem holística e proativa é possível garantir que os direitos dos trabalhadores sejam protegidos e que práticas abusivas sejam evitadas. Assim, este estudo busca promover um debate sobre a responsabilidade das empresas em relação aos direitos trabalhistas em um mundo digital que está em constante evolução tecnológica, destacando a necessidade de políticas eficazes e transparentes que assegurem a proteção da imagem e voz dos empregados como prioridade.

6. Referências

BRASIL. Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Diário Oficial da União, 14 ago. 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 15 outubro de 2024.

CASTELLS, Manuel. A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

ORTIZ, Anderson. Entidades empresariais: relações públicas na criação de ambientes de negócios. In: _____. Com credibilidade não se brinca!: a identidade corporativa como diferencial nos negócios. São Paulo: Summus Editorial, 1ª edição 2004. p. 131.

TEIXEIRA, Tarcísio; ARMELIN, Ruth Maria Guerreiro da Fonseca. Lei geral de proteção de dados pessoais. Salvador. Juspodivm. 2019.