



TOM

Nº 70067172262 (Nº CNJ: 0402604-34.2015.8.21.7000)
2015/CÍVEL

RESPONSABILIDADE CIVIL. CAMPANHA PUBLICITÁRIA. USO DA IMAGEM DO AUTOMÓVEL DO AUTOR. DIREITO CONSTITUCIONAL À IMAGEM. PRERROGATIVA EXCLUSIVA DA PESSOA. VIOLAÇÃO NÃO EVIDENCIADA. DANOS MORAIS NÃO CONFIGURADOS.

O direito à imagem constitui um direito da personalidade, cujo titular é exclusivamente a pessoa, de modo que a imagem das coisas não encontra proteção legal no ordenamento jurídico.

A doutrina conceitua imagem da pessoa como sendo a sua representação visual ou sonora (imagem-retrato), ou o conjunto de qualidades sociais que a distingue na coletividade (imagem-atributo).

Hipótese em que, embora o número da placa do automóvel que aparece na propaganda da requerida possa identificar o demandante como seu proprietário, a imagem do veículo não é uma expressão de sua personalidade. Violação à imagem não evidenciada.

Outrossim, para ser configurado o dano moral, o aborrecimento deve ser grave o bastante para impactar na dignidade da pessoa humana, não se admitindo a indenização de irritação, mágoa ou sensibilidade exacerbada, as quais estão fora da órbita do indenizável.

A mera aparição de um bem na mídia, por si só, não é capaz de atingir a honra do seu dono a ponto de restar caracterizado o dano moral passível de indenização.

Julgamento de improcedência.

Sucumbência invertida.

APELAÇÃO PROVIDA.

APELAÇÃO CÍVEL

DÉCIMA CÂMARA CÍVEL

Nº 70067172262 (Nº CNJ: 0402604-34.2015.8.21.7000) COMARCA DE **XXXXXX XX XXXXXX**

MONTADORA

APELANTE

A. B.

APELADO

G.I.F.B.

APELADO



TOM
Nº 70067172262 (Nº CNJ: 0402604-34.2015.8.21.7000)
2015/CÍVEL

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os autos.

Acordam os Desembargadores integrantes da Décima Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado, à unanimidade, em dar provimento à apelação cível.

Custas na forma da lei.

Participaram do julgamento, além do signatário, os eminentes Senhores **DES. JORGE ALBERTO SCHREINER PESTANA (PRESIDENTE) E DES. MARCELO CEZAR MÜLLER.**

Porto Alegre, 17 de março de 2016.

DES. TÚLIO DE OLIVEIRA MARTINS,
Relator.

RELATÓRIO

DES. TÚLIO DE OLIVEIRA MARTINS (RELATOR)

Adoto o relatório da sentença, fl. 112:

A. B. e G. I. F. B., qualificados, ajuizaram ação de indenização por danos morais em face de Montadora, também qualificada. Alegaram que, no decorrer do ano de 2013, sem a devida autorização ou conhecimento dos autores, a requerida passou a exibir comercial televisivo divulgando sua marca de veículos, utilizando-se da imagem semelhante ao veículo de propriedade dos requerentes, (...), com a exibição da placa do veículos dos autores no comercial. Afirmaram que o automóvel da propaganda veiculado é semelhante ao que lhes pertence, diferenciando apenas no combustível e ano/modelo, porém



TOM

Nº 70067172262 (Nº CNJ: 0402604-34.2015.8.21.7000)
2015/CÍVEL

exibindo a placa da caminhonete de sua propriedade. Postularam a condenação da requerida ao pagamento de danos morais. Pugnaram o deferimento da AJG.

Acostaram procuração e documentos (fls. 11/18).

Intimada para acostar comprovantes de bens e rendimentos, a parte autora apresentou justificativa (fls. 20/24).

Indeferida a gratuidade judiciária (fls. 24-A/25), os autores interpuseram agravo de instrumento, o qual foi provido.

*Citada, a requerida contestou (fls. 55/63). Afirmou que o veículo produzido foi incorporado ao patrimônio da empresa recebendo o primeiro registro em seu nome e placas **XXXXXX**, de São Paulo, em 10/01/2012. Asseverou que a caminhonete cuja imagem foi veiculada na propaganda constituía patrimônio da fabricante que a utilizou para gravação do comercial e aguardou o momento adequado para divulgação. Disse que, após um ano de uso, o veículo foi vendido à concessionária **XXXXXXXXX**, desconhecendo as transferências seguintes. Referiu que o fato de ter filmado veículo de seu patrimônio não infringiu regra alguma. Asseverou que o número das placas dos veículos não são dados sigilosos. Alegou a inexistência de danos morais. Postulou a improcedência dos pedidos.*

Juntou procuração e documentos (fls. 64/73).

Réplica (fls. 75/78).

Em fase instrutória, foram ouvidas duas testemunhas (CD da fl. 102).

Encerrada a fase instrutória, as partes apresentaram memoriais às fls. 103/106 e 107/111, momento em que reeditaram suas respectivas teses.

Vieram, então, os autos conclusos para sentença.

O julgador a quo decidiu pela procedência:

Ante o exposto, JULGO PROCEDENTE o pedido declinado na ação indenizatória ajuizada, para CONDENAR a requerida a indenizar aos autores, a título de reparação do dano moral, no montante de R\$ 7.880,00 (sete mil, oitocentos e oitenta reais), quantia a ser corrigida monetariamente pelo IGP-M a partir



TOM

Nº 70067172262 (Nº CNJ: 0402604-34.2015.8.21.7000)
2015/CÍVEL

desta data e acrescida de juros de mora de 1% a contar do mesmo marco.

Condeno o vencido a pagar as custas processuais, bem como honorários advocatícios à procuradora dos requerentes, que fixo em 15% sobre o valor da condenação, com espeque no art. 20, § 3º, do CPC.

Apelou a requerida. Em suas razões recursais, afirmou inexistir cunho vexatório ou depreciativo na propaganda de veículo cuja placa é idêntica àquela de titularidade do autor, motivo por que seria descabida a condenação em indenização de danos morais. Alegou que o art. 5º, V e X da Constituição Federal protege a imagem das pessoas e não das coisas, sendo inaplicável à espécie. Defendeu que a mera preocupação dos autores com a possível clonagem da placa não configura dano moral indenizável. Pediu provimento a fim de ser julgada improcedente a ação.

Admitido o recurso, foram apresentadas contrarrazões.

Subiram os autos ao Tribunal de Justiça, vindo conclusos para julgamento.

Registro terem sido cumpridas as formalidades dos artigos 549, 551 e 552 do Código de Processo Civil, considerando a adoção do sistema informatizado.

É o relatório.

VOTOS

DES. TÚLIO DE OLIVEIRA MARTINS (RELATOR)

Na Constituição Federal, especificamente no artigo 5º, inciso X, são “*invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação.*”



TOM

Nº 70067172262 (Nº CNJ: 0402604-34.2015.8.21.7000)
2015/CÍVEL

Quanto à publicação, exposição ou utilização da imagem, o artigo 20 do Código Civil¹ é claro ao condicioná-la à prévia autorização da pessoa, acaso não sejam necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública.

Ainda, de interpretação do dispositivo legal, tem-se que o uso desautorizado da imagem alheia dá azo à indenização do prejuízo material, enquanto que o uso ofensivo ou torpe da imagem alheia enseja a compensação de abalo moral, face à dupla violação: da imagem e da honra.

Neste sentido, ensina Sergio Cavalieri Filho, *verbis*:

*"O uso indevido da imagem alheia ensejará dano patrimonial sempre que for ela explorada comercialmente sem a autorização ou participação de seu titular no ganho através dela obtido, ou, ainda, quando a sua indevida exploração acarretar-se algum prejuízo econômico, como, por exemplo, a perda de um contrato de publicidade. Dará lugar ao dano moral se a imagem for utilizada de forma humilhante, vexatória, desrespeitosa, acarretando dor, vergonha e sofrimento ao seu titular, como, por exemplo, exibir na TV imagem de uma mulher despida sem a sua autorização. E, pode, finalmente, acarretar dano patrimonial e moral, se, ao mesmo tempo, a exploração da imagem der lugar à perda econômica e à ofensa moral."*²

No caso, a alegação inicial diz com uso indevido da imagem do automóvel (Marca, Placa, Cor), o qual aparece em uma campanha publicitária da requerida, sem autorização do seu atual proprietário, o autor, que ora pretende ser indenizado pelos danos morais supostamente sofridos.

Não prospera, todavia, a demanda.

¹ 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.

² Cf. Programa de responsabilidade civil. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2008. p. 105.



TOM

Nº 70067172262 (Nº CNJ: 0402604-34.2015.8.21.7000)
2015/CÍVEL

Com efeito, é cediço que o direito à imagem constitui um direito da personalidade. Ou seja, para o Direito, a pessoa física é o titular exclusivo da imagem. A figura humana - e somente ela - é merecedora da proteção legal. A imagem das coisas não tem, pois, relevância jurídica.

Na doutrina, a imagem costuma ser conceituada como uma forma de identificação da pessoa a partir de seus traços fisiológicos e estéticos e do seu modo particular de falar e gesticular (imagem-retrato), bem como a partir do seu conjunto de qualidades cultivados e reconhecidos socialmente (imagem-atributo).

Neste sentido é a lição de Alessandra Helena Neves, segundo a qual *"a imagem deve ser entendida não apenas como a representação física de uma pessoa, mas, igualmente, como a forma pela qual ela é vista na coletividade."*³

A respeito, escreve também Artur Martinho de Oliveira Júnior, na obra "Danos Morais à imagem":

*"A imagem, analisada por seu aspecto mais comum, é representação visual ou sonora da pessoa, todavia, não se descarta, de outro lado, que também seja imagem aquele conjunto de qualidades ou características do indivíduo que o distinguem, no meio social, das demais pessoas."*⁴

Ora, ainda que a placa do carro possa eventualmente identificar o autor como seu proprietário, a imagem do veículo não é uma expressão de sua personalidade, pois não representa uma de suas características físicas ou de conduta social.

Logo, a propaganda da requerida não pode ser vista como violação do direito à imagem. Neste sentido, ressalto que o precedente de

³ Cf. Direito de autor e direito à imagem: à luz da Constituição Federal e do Código Civil. Curitiba: Juruá, 2011. p. 155.

⁴ Cf. Danos morais à imagem. São Paulo: Lex Editora, 2006. p. 48.



TOM

Nº 70067172262 (Nº CNJ: 0402604-34.2015.8.21.7000)
2015/CÍVEL

minha autoria, citado na sentença, à fl. 114, não se enquadra à hipótese dos autos, pois diz com ofensa direta à imagem de *peessoas* e não de coisas.

Outrossim, a mera aparição do bem na mídia não é capaz de atingir a honra do demandante a ponto de restar configurado o dano moral passível de indenização. Pelo contrário, é possível que alguém se interesse pelo carro justamente por ele ter sido exibido em campanha publicitária, o que seria favorável ao atual dono.

Para ser configurado o dano moral, o aborrecimento deve ser grave o bastante para impactar na dignidade da pessoa humana, não se admitindo a indenização de irritação, mágoa ou sensibilidade exacerbada, as quais estão fora da órbita do indenizável.

A respeito, leciona Sergio Cavaliere Filho:

(...) só deve ser reputado como dano moral a dor, vexame, sofrimento ou humilhação que, fugindo à normalidade, interfira intensamente no comportamento psicológico do indivíduo, causando-lhe aflições, angústia e desequilíbrio em seu bem-estar.

Mero dissabor, aborrecimento, mágoa, irritação ou sensibilidade exacerbada estão fora da órbita do dano moral, porquanto, além de fazerem parte na normalidade do nosso dia-a-dia, no trabalho, no trânsito, entre os amigos e até no ambiente familiar, tais situações não são intensas e duradouras, a ponto de romper o equilíbrio psicológico do indivíduo. Se assim não se entender, acabaremos por banalizar o dano moral, ensejando ações judiciais em busca de indenizações pelos mais triviais aborrecimentos. (CAVALIERE FILHO, Sergio. Programa de responsabilidade civil. 8.ed., São Paulo: Atlas, 2008, p.83-84).

No mesmo sentido, Maria Celina Bodin Moraes diz que “*de fato, não será toda e qualquer situação de sofrimento, tristeza, transtorno ou aborrecimento que ensejará a reparação, mas apenas aquelas situações*



TOM

Nº 70067172262 (Nº CNJ: 0402604-34.2015.8.21.7000)
2015/CÍVEL

*graves o suficiente para afetar a dignidade humana em seus diversos substratos materiais, já identificados, quais sejam, a igualdade, a integridade psicofísica, a liberdade e a solidariedade familiar ou social, no plano extrapatrimonial em sentido estrito.*⁵

E, no caso, o dano moral não se vislumbrou *in re ipsa*, ou seja, não decorreu, por si só, das circunstâncias do fato, de modo que, não estando comprovado tenha o autor sofrido efetivo abalo moral em razão da propaganda publicitária, não prospera o pedido indenizatório.

Quanto à alegação de possibilidade de clonagem do veículo, trata-se de mera suposição, improvável de ocorrer, considerando que números de placas de veículos não constituem dados sigilosos. E, neste sentido, importa frisar que, pelo princípio do *restitutio integrum*, não se admitem reparações de danos hipotéticos, devendo o prejuízo estar cabalmente demonstrado no processo, sob pena de enriquecimento ilícito do requerente.

Isto posto, **dou provimento à apelação cível a fim de julgar improcedente a demanda**, com inversão dos encargos da sucumbência, devendo o autor arcar com as custas processuais e honorários advocatícios, estes fixados em R\$ 800,00, fulcro no art. 20, § 4º, do CPC, com a exigibilidade suspensa por litigar com gratuidade judiciária.

Foi o voto.

DES. MARCELO CEZAR MÜLLER (REVISOR) - De acordo com o(a)
Relator(a).

⁵ Cf. Danos à pessoa humana: uma leitura civil-constitucional dos danos morais. Rio de Janeiro: Renovar, 2003, p. 188/189.



TOM

Nº 70067172262 (Nº CNJ: 0402604-34.2015.8.21.7000)
2015/CÍVEL

DES. JORGE ALBERTO SCHREINER PESTANA (PRESIDENTE) - De acordo com o(a) Relator(a).

DES. JORGE ALBERTO SCHREINER PESTANA - Presidente - Apelação Cível nº 70067172262, Comarca **XXXXXXXX XXXX**: "DERAM PROVIMENTO À APELAÇÃO CÍVEL. UNÂNIME."

Julgador(a) de 1º Grau: